

Emprendimiento en Colombia, ¿Cómo vamos? Una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento

Juan Pablo Torres Chaparro

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales, Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2015

Emprendimiento en Colombia, ¿Cómo vamos? Una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento

Juan Pablo Torres Chaparro

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:

Profesional en Negocios Internacionales

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales, Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2015

Nota de Aceptación

Firma Tutor (a)

Firma del presidente del jurado

Fecha

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1. LA EVIDENCIA INTERNACIONAL	10
1.1 Marco Referencial	10
1.2 ESTRATEGIA NACIONAL	11
1.2.1 Objetivos de la Estrategia Nacional	12
1.2.2 Determinación Situacional	12
1.2.3 Metas y fijación de prioridades	13
1.2.4 Cohesión, articulación y coherencia	14
1.2.5 Fortalecimiento del marco institucional	15
1.2.6 Medición y retroalimentación	15
1.3 OPTIMIZACIÓN DEL ENTORNO	16
1.3.1 Requisitos para la creación de empresa	16
1.3.2 Reducción al mínimo efectivo de obstáculos y trámites	17
1.3.3 Construcción de confianza con el entorno	17
1.3.4 Guiamiento a través del proceso	18
1.4 EDUCACIÓN Y CULTURA EMPRENDEDORA	19
1.4.1 Inserción del emprendimiento en el sistema educativo	20
1.4.2 Desarrollar un currículum	20
1.4.3 Docentes del Emprendimiento	21
1.4.4 Alianzas con el sector privado	22
1.5 ACCESO A FINANCIACIÓN	22
1.5.1 Acceso a vehículos financieros bajo términos apropiados	23
1.5.2 Financiar la innovación	24
1.5.3 Un sistema financiero sólido	25
1.5.4 Educación financiera	25
1.6 GENERACIÓN DE REDES	26
1.6.1 El valor de la iniciativa empresarial de emprendimiento en la sociedad	27

1.6.2	Conciencia sobre las oportunidades empresariales	28
2.	LA ESTRUCTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	30
	POLÍTICA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO	32
2.1	MARCO NORMATIVO.....	32
2.1.1	Antecedentes Jurídicos de tipo ley.....	32
2.1.3	Instrumentos de planificación	34
2.1.4	Otros instrumentos normativos	37
2.2	Diagramación de la Política nacional de Emprendimiento.	38
2.3	Pilares de la Política de Emprendimiento	39
2.3.1	Fortalecimiento de la iniciativa empresarial	39
2.3.2	Financiamiento.....	40
2.3.3	Articulación.....	42
2.4	Red Nacional de Emprendimiento	42
2.4.1	Miembros	43
2.4.2	Funciones de la RNE	44
2.4.3	Redes Regionales de Emprendimiento	45
2.4.4	Miembros de la RRE.....	45
3.	REVISIÓN DEL ECOSISTEMA A TRAVÉS DE LA RNE.....	46
3.1	Caracterización general	46
3.2	Ficha de Mapeo	47
3.2.1	Primer Segmento. Datos generales de para vincular instrumentos de competitividad empresarial.....	47
3.2.2	Segundo segmento. Clasificación del enfoque del instrumento	48
3.2.3	Tercer segmento. Clasificación de los usuarios	51
3.2.4	Indicadores de resultados y metas 2014.....	53
3.3	Recopilación de la información.....	55
3.4	Resultados	55
3.4.1	Naturaleza de los Instrumentos	55
3.4.2	Enfoque de los instrumentos	55
3.4.3	Clasificación usuarios objetivo	56
3.4.4	Segmentos Usuario Objetivo – Tamaño de las Empresas	56

3.4.5	Focalización Actual	57
3.4.6	Relaciones interinstitucionales – Nivel de articulación	58
3.5	Análisis del ecosistema	59
3.5.1	Principales “cuellos de botella” del ecosistema.....	59
3.5.1.1	Segmentos de emprendedores más desatendidos	59
3.5.1.2	Tipos de emprendimiento más desatendidos.....	60
3.5.1.3	Concentración de servicios en el proceso emprendedor	60
3.5.1.4	Segmentos de emprendedores más atendidos	60
3.5.1.5	Desfocalización institucional	61
3.6	Instrumentos más desfocalizados.	62
3.6.1	Focalización por la cadena de valor del emprendimiento.....	65
3.6.2	Focalización por tipo de emprendimiento:	66
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
4.1	Cifras de la investigación	69
4.2	Conclusiones	70
5.	BIBLIOGRAFÍA E INTERNETGRAFÍA	73

INTRODUCCIÓN

Un emprendedor es un individuo que identifica oportunidades en el mercado, ubica, canaliza y asigna recursos para así crear valor. Emprendimiento es el acto que asociado a ser un emprendedor, esto implica la capacidad y disposición para llevar a cabo todo un proceso de concepción, organización y administración de una nueva entidad productiva, siendo consciente y aceptando todos los riesgos crecientes y buscando obtener beneficios como recompensa.

Como es de entenderse, el emprendimiento es un componente vital del crecimiento económico y desarrollo de las economías nacionales. La creación de nuevas unidades productivas no solo generará plusvalía, ingresos fiscales, empleo e innovación, sino que también es un elemento esencial para el desarrollo de un palpitante sector empresarial de pequeñas y medianas empresas de tipo base tecnológica, las cuáles son el núcleo de las economías más competitivas. Este tiene el potencial y la capacidad para contribuir en objetivos específicos del desarrollo sostenible, en áreas tales como el empleo para la mujer, jóvenes o grupos en condiciones de inestabilidad, o condiciones extremas. El crecimiento orientado empresarial a su vez podrá repercutir en la transformación estructural y la construcción de nuevos grupos industriales, incluyendo el desarrollo de actividades económicas eco-amigables.

Para la correcta aplicación de este modelo, se hace necesaria la presencia de un ambiente que permita, apoye y favorezca el surgimiento, crecimiento y consolidación del emprendedor como agente de transformación económico y social. Es por esto que las naciones que se encuentran en proceso de transición empoderen a sus organismos ministeriales para que lideren el diseño de iniciativas, medidas e instituciones para promover el espíritu empresarial emprendedor.

En el caso colombiano es el MinCIT (Ministerio de Comercio Industria y Turismo) el encargado de liderar los procesos y políticas encaminadas a brindar un Ecosistema Nacional de Emprendimiento, el cual, en efecto tiene un espectro mucho más amplio que el marco regulatorio nacional en temas de emprendimiento e innovación, el cual se centra específicamente a fomentar la aparición de nuevos emprendedores y facilitar nuevas empresas de nueva creación en el desarrollo del país; por su parte el Ecosistema debe ser concebido como el “estudio, análisis y

explicación de las de las diferentes relaciones complejas entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos académicos, sociales, políticos y económicos”¹.

El proceso de creación del ecosistema tuvo su puesta en marcha a partir del año 2009, con la aprobación y ejecución de la Política Nacional de Emprendimiento donde se generó un sistema de nodos, también llamados redes regionales de emprendimiento en las cuales convergen todos los actores involucrados en temas de innovación y emprendimiento tanto públicos como privados de cada una de los 32 departamentos del país. No obstante, también se conformó una red donde se conglomeran las instituciones de alcance nacional en los temas mencionados, dicha red es la más importante, pues es la abanderada y de la cual se extraen los lineamientos, políticas para la posterior implementación al interior de los nodos regionales.

A través del presente trabajo, después de más de cinco años de la implementación y puesta en marcha del Ecosistema Nacional de Emprendimiento se pretende y hace necesaria una revisión de sus indicadores de alcance y efectividad de implementación a través de indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan contrastar el estado actual frente a modelos de buenas prácticas internacionales, los cuales faciliten la determinación de qué tal está el ecosistema, hacia dónde se dirige, y cuáles son los factores de éxito y fracaso del mismo.

¹ Definición suministrada por el MinCIT, tomado de: <http://www.mincit.gov.co/emprendimiento/index.php>

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico de la situación actual del ecosistema nacional de emprendimiento en Colombia con el fin de establecer una base para la actualización curricular.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Con el proyecto se pretende:

- Elaborar un marco referencial en base a las buenas prácticas internacionales en materia de emprendimiento.
- Exponer el mapeo de instrumentos de la Política Nacional de Emprendimiento
- Proveer elementos que permitan la correcta articulación entre los agentes del Ecosistema Nacional de Emprendimiento en Colombia

1. LA EVIDENCIA INTERNACIONAL

1.1 Marco Referencial

Los esfuerzos enfocados a fomentar, impulsar y favorecer los emprendimientos de carácter dinámico a nivel mundial han tendido a reproducirse de una manera cada vez mayor y más rápida. Esto no es ajeno a al continente americano, con el surgimiento de las más diversas iniciativas por parte de las organizaciones gubernamentales, organizaciones civiles tanto públicas como privadas tales como: universidades, incubadoras, redes de inversionistas, fundaciones entre otras.

Este fenómeno es evidenciable por la creciente conformidad que tienen las nuevas compañías de emprendimiento dinámico para aportar a la transformación económica y el desarrollo social de las naciones. En especial, los emprendimientos con potencial de crecimiento, con propuestas de valor diferenciadas e innovadoras lideradas por equipos emprendedores con vocaciones y capacidades empresariales, son los que más generan empleos de calidad y mayor diversidad en el tejido productivo (Acz & Mueller, 2008)².

Un emprendimiento dinámico debe ser entendido como: “un proyecto que está en la capacidad de crecer de manera rentable, rápida y sostenible en el tiempo, es decir, que cuenta con gran potencial de crecimiento. Los emprendimientos dinámicos no están necesariamente basados en conocimiento sofisticado, además genera alto valor agregado, cuenta con un modelo de negocio, producto o servicio que les da una ventaja competitiva para convertirse en una mediana empresa” (Ruta N)³.

El nacimiento de un emprendimiento dinámico es una respuesta a un conjunto articulado de estímulos. Por esto, no es posible concebir el emprendimiento como un evento aislado, por el contrario, a la hora de entender las condiciones que existen en el emprendimiento y proponer las políticas de fomento, es necesario adoptar un enfoque sistémico. Por tanto, las políticas de iniciativa empresarial no pueden ser tratadas enteramente separadas de las políticas económicas y de desarrollo, sino como un conjunto en su objetivo final. Coordinación y coherencia son esenciales para lograr un impacto positivo, para beneficiarse de las sinergias de estas políticas, y para maximizar el crecimiento económico y social que puede proporcionar.

² Acz, Z & Mueller P , (2008). “*Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants*”, Small Business Economics, vol 30, págs 85-100.

³ Definición suministrada por Ruta N en su portal web, tomado de: <http://rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion-rutan/item/emprendimiento-dinamico>

En un efectivo ecosistema emprendedor, múltiples grupos de interés debe aportar y contribuir a la facilitación de la iniciativa empresarial, a través de un sistema de relaciones mutuamente beneficiosas y de auto sostenimiento que involucren a todos y cada uno de los integrantes del ecosistema (instituciones, personas, programas y procesos) que tienen participación conjunta en el proceso de creación empresarial e innovación.

Al abordar la extensa y creciente literatura existente respecto a este tema es posible afirmar que no existe un “modelo universal efectivo”, que garantice el éxito en su implementación, pero al analizar las directrices de organismos como el BID, las Naciones Unidas, la OCDE, indicadores como el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) liderado por la Babson College y la London Business School, el programa de desarrollo emprendedor PRODEM y un amplio grupo de autores en temas de emprendimiento, innovación y cultura empresarial, es posible destacar las áreas políticas claves a tener en cuenta y el sugerimiento de opciones, objetivos políticos y la forma de las acciones recomendadas en cada área.

Aunque el contexto económico, social nacional actual y los retos específicos en materia de desarrollo incidirán en gran medida en el enfoque general para el desarrollo empresarial, se han podido determinar seis factores generales que tienen impacto directo sobre el ecosistema y el emprendimiento en general, estos son: (1) Estrategia nacional, (2) la optimización del entorno, (3) Educación y Cultura emprendedora, (4) acceso a financiación, (5) Generación de redes.⁴

1.2 ESTRATEGIA NACIONAL

El emprendimiento es uno de los principales vehículos con el que cuentan las naciones para el fomento y creación de empleo, crecimiento económico, formación del tejido empresarial. Todo esto a través del desarrollo de vibrantes PYME (pequeñas y medianas empresas). Además, se convierte en agente dinamizador y solucionador de problemas de productividad o problemas de carácter social e incluso medioambiental a través de la generación de nuevas entidades productivas de base tecnológica que mejoren los índices de calidad de vida de todos sus grupos de interés.

No obstante, y a pesar de su relevancia las estrategias de incentivo e iniciación empresarial no se encuentran formuladas o activadas en todos los países, ya que se debe entender que el proceso de creación de una nueva empresa se ve afectado por distintos factores culturales, sociales y

⁴ Variables empleadas por las Naciones Unidas, BID y la OCDE para la generación de modelos basados en el desarrollo empresarial

económicos. Por tal motivo, el enfoque adoptado debe ser de naturaleza sistémica y ecléctica (Verheul, Wennekers & Thurick, 2002) ⁵.

1.2.1 Objetivos de la Estrategia Nacional

Para poder determinar los objetivos de esta estrategia se hace necesario:

1.2.2 Determinación Situacional

Las estrategias nacionales de emprendimiento se deben de acoplar al momento, las necesidades y las condiciones específicas de cada país, pues como se mencionó anteriormente, no existe una receta universal que se pueda aplicar a todas las naciones, ya que está es resultado de la constante interacción entre sus variables controlables y no controlables. Por lo tanto, al buscarse que el espíritu emprendedor empresarial aporte al desarrollo y crecimiento de la nación, se debe velar que las políticas propuestas estén alineadas con los objetivos generales del país.

Para poder determinar correctamente cuál es el paquete de políticas más adecuado se debe determinar el nivel actual y existente del tejido empresarial, su estructura y características, y así poder determinar la mejor relación entre dichas variables.

Comúnmente, en los países con bajos ingresos los trabajadores tienen una alta incidencia por cuenta propia en su fuerza de trabajo. Muchos de estos pueden ser llamados emprendedores por necesidad, es decir, que se ven empujados a la iniciativa empresarial porque no tienen otra fuente de trabajo (Segura & Kantis, 2009)⁶. En las sociedades con mayores ingresos, la tasa de iniciativa empresarial por necesidad tiende a ser más baja, y la creación de empresas responde a la opción de percibir un negocio gratificante⁷.

Dependiendo del tipo de iniciativa empresarial que predomine en el país, el papel y el tipo de ayuda que debe brindar el gobierno es muy diferente. En países con economías en desarrollo y transición se hace expresamente necesario cubrir los dos frentes con políticas que cubran las necesidades propias de las empresas de la gama alta y del bajo espectro.

Por otra parte, no es suficiente con abordar los tipos de emprendimiento, entendidos estos como emprendimientos por necesidad o por oportunidad, sino que también es necesario atender a los diversos grupos poblacionales que existen y que continuamente se ven apartados por el sistema

⁵ Verheul, I., Wennekers, S., & Thurick, R. (2002) : “*An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture*”,. In entrepreneurship, pág (11-81)

⁶ Segura, J., & Kantis,h., (2009): “ *Nuevas empresas en América Latina. Factores que favorecen su rápido crecimiento*), Universidad Autónoma de Barcelona, (575-578)

⁷ Ibíd.

productivo nacional. Tales políticas deben buscar la inclusión en campos como programas de emprendimiento especial para el empleo juvenil, zonas rurales, para mujeres o grupos étnicos específicos pueden ser de importancia estratégica.

Otro sector que se debe tener en cuenta es el sector informal, pues su participación para el desarrollo es sustancial, ya que el autoempleo de carácter informal se constituye en la mayoría de las ocasiones en la única alternativa de fuerza de trabajo para algunos segmentos poblacionales, sumado al hecho evidente de que no cuentan con aportación fiscal que permitan financiar las obras y proyectos de desarrollo. Este sector podría actuar como un limitante para la desarrollo empresarial, pues al no encontrarse debidamente establecidas cuentan con restricciones a la hora de acceder a financiación, o servicios de infraestructura básica, conllevándolos a operar dentro de un ambiente bajo de seguridad.

El desarrollo de beneficios al emprendimiento desde normas, reglamentos simples y transparentes es esencial. Las reglas pueden diferenciarse entre micro, pequeña y medianas empresas pero la aplicación debe garantizarse a todas las escalas, en los distintos tipos de emprendimientos y en los diversos segmentos poblacionales para evitar la injusta competencia y salvaguardando los múltiples intereses de los involucrados.

1.2.3 Metas y fijación de prioridades.

Basados en el análisis estructural y composicional del país, es importante delimitar el objetivo y el alcance de la Estrategia Nacional de Emprendimiento. Las políticas en materia de emprendimiento tienen un amplio espectro dentro del cual pueden enmarcarse tales como: la modernización de sociedades agrícolas, aumento y diversificación de exportaciones, reintegración de excombatientes en sociedades en post conflicto, impulso del empleo juvenil, inserción de la mujer en nuevas oportunidades económicas, entre muchas otras. Sin embargo, haciendo especial énfasis en las economías emergentes, deben trazar una estrategia transversal que le permita cubrir el más amplio margen de las políticas enunciadas anteriormente, pues, la mayoría de estas situaciones se encuentran presentes en estas economías (Sarasvathy, 2001)⁸.

El proceso para llevar a cabo este proceso puede incluir la evaluación comparativa, diálogos entre los segmentos poblacionales y grupos de interés e inclusive un benchmarking permite aclarar la perspectiva sobre dónde el país tiene fortalezas y debilidades relativas frente a otro país, siempre tomando las comparaciones entre ellos con precaución, pues cada país cuenta con una determinación situacional diferente, que inicialmente influyó para la formulación de condiciones y preferencias de una estrategia nacional a medida.

⁸ Sarasvathy, S (2001): “*Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Cointingency*”. Academy of Management review, vol 26 , pág 214

1.2.4 Cohesión, articulación y coherencia

La verdadera efectividad de una estrategia nacional de emprendimiento y del desarrollo del espíritu emprendedor reside en como los diferentes elementos de la estrategia se integran y de cómo estos se alinean con las estrategias generales de desarrollo, de competitividad y las políticas de desarrollo del sector privado (Angelelli, 2004)⁹.

La armonización con procesos estratégicos liderados por diferentes ministerios nacionales, comisiones nacionales e instituciones especialmente diseñadas para tal fin, son cruciales para el máximo aprovechamiento de las sinergias.

El primer gran desafío al que se enfrenta la estrategia nacional es a la articulación interna. Sus componentes claves necesitan ser diseñados y coordinados de una manera que se refleje el carácter sistémico del entorno empresarial (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000)¹⁰. Si la más pequeña de las limitantes no es abordada en este punto, las mejoras en otras áreas pueden no tener los resultados esperados. Como el espíritu empresarial emprendedor es de carácter sistémico, un problema o cuello de botella en alguna de las áreas puede desencadenarse en un cuello de botella para las demás áreas.

Un emprendimiento solo puede prosperar si el ecosistema le brinda todos los insumos necesarios requeridos como pueden ser: habilidades, financiación, servicios tecnológicos, entre otros.

El segundo reto que enfrenta la estrategia nacional es su incrustación en los planes de desarrollo de los gobiernos. Los objetivos establecidos en dichos planes deberán verse reflejados en acciones específicas de desarrollo empresarial emprendedor.

Por último y quizás el más difícil reto tiene relación con la articulación de la estrategia nacional de emprendimiento con las agendas de desarrollo del sector privado. Si bien cualquier tipo de actividad empresarial constituye un activo valioso para la generación de valor económico agregado, empleo e ingresos fiscales, la puesta en marcha de emprendimientos son particularmente valiosos para el sector privado cuando desarrollan estrategias que se encuentran encadenadas con ventajas comparativas de su país de origen.

La política que promueve la estrategia nacional de emprendimiento es por lo tanto una parte angular de la política general de competitividad nacional. Esta pide enfoques claros, cohesionados y coherentes diferentes áreas del desarrollo del sector privado, incluida la política industrial, la promoción de la inversión, la facilitación del comercio, la promoción de las exportaciones, la promoción de las PYME, así como la política fiscal.

⁹ Angelelli, P (2004): “*Desarrollando el emprendimiento. Experiencia en América Latina y el Mundo*”. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, pág (36)

¹⁰ Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L., (2000) : *La dinámica de la innovación a partir de los sistemas nacionales*, Editorial Springer, Cartagena -España – Pág 109-113.

1.2.5 Fortalecimiento del marco institucional

La forma en que las políticas de emprendimiento son implementadas son factores de éxito tan importantes como el correcto escogimiento de las herramientas.

El primer paso es la designación de la institución abanderada o líder que se encargue del desarrollo del emprendimiento. Esta puede ser un grupo de trabajo, ministerio o agencia del gobierno, a la cual se le asignan las responsabilidades de todas las fases necesarias para el desarrollo de la estrategia nacional de emprendimiento que abarca desde la definición de los objetivos hasta el monitoreo de los resultados.

Dentro del desarrollo del tejido emprendedor se ven involucrados muchos factores interdependientes que no pueden ser controlados por una sola institución. Es por esto que se hace necesario el diseño de mecanismos de trabajo conjunto a través de lineamientos institucionales bien definidos. Dicho enfoque debe establecer que los mandatos, competencias y responsabilidades estén debidamente definidos y acordados por parte de todos los actores del ecosistema.

Para el correcto desenvolvimiento del ecosistema se debe tener en cuenta la participación no solo de las instituciones gubernamentales, sino que también se debe velar por brindarle voz y participación al sector privado y a organismos no gubernamentales, además de estar involucrados en el proceso de implementación. Existen múltiples actores dentro del ecosistema, por lo cual es importante diferenciar entre las políticas y acciones que son necesarias dentro de los sectores públicos y privados para que de esta manera se articulen correctamente con sus grupos de interés.

1.2.6 Medición y retroalimentación

El control, seguimiento, medición y retroalimentación de los programas y las actividades del desarrollo del emprendimiento son de vital importancia para garantizar que las políticas implementadas sigan siendo relevantes y efectivas.

Para permitir la medición de los avances y resultados, la estrategia nacional de la iniciativa empresarial debe tener metas y objetivos medibles. Estos pueden incluir: (1) indicadores básicos como el número de empresas de nueva creación creado (en su caso por sector o grupo objetivo) y las tasas de supervivencia; (2) más complejas indicadores económicos como valor añadido, la generación de empleo, o generación de exportación por la reciente actividad empresarial; y (3) el desarrollo sostenible indicadores relacionados tales como la reducción de la pobreza, las mujeres empresarias o la creación de empresas en los sectores de energía renovable.

Las evaluaciones periódicas a través de estudios de impacto objetivas son útiles para determinar el grado en que la política se están logrando los objetivos. Pueden utilizar los resultados de estudios independientes llevados a cabo por otras organizaciones o institutos de investigación. Los gobiernos deben garantizar que las lecciones aprendidas se alimentan de nuevo en la formulación de políticas espíritu empresarial

1.3 OPTIMIZACIÓN DEL ENTORNO.

El correcto desenvolvimiento del desarrollo emprendedor hace necesario que el entorno donde vaya a operar permita la creación, desarrollo, fortalecimiento y escalamiento de capacidades. Esto solamente puede ser posible dentro de un entorno favorable, que cuente con reglas y regulaciones claras y establecidas. Sin embargo una excesiva imposición de cargas regulatorias en el sector privado puede ser perjudicial para el desarrollo de la iniciativa empresarial (Prodan & Slavec, 2009)¹¹.

Los países que imponen mayores y más onerosos requisitos para la puesta en marcha de una nueva entidad productiva normalmente muestran una tasa de actividad emprendedora más baja, una tendencia totalmente contraria a la que se evidencia en los países donde los gobiernos y las instituciones líderes del proceso del desarrollo empresarial emprendedor han decidido reducir trámites, recursos y algunas legislaciones para facilitar la creación de nuevas empresas. Por tal motivo, y en busca de optimizar el entorno donde se desarrollarán los nuevos emprendimientos se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

1.3.1 Requisitos para la creación de empresa

La primera salvedad a la que se debe aproximar en el proceso del establecimiento de un entorno normativo propicio para las nuevas empresas es entender en qué medida las normas y procedimientos pueden llegar a obstaculizar la actividad empresarial (Song & Halman, 2007)¹².

Esto implica un proceso de distinción entre las regulaciones existentes que permita determinar cuáles de ellas son esenciales para el funcionamiento de las empresas; aquellas que sean esenciales se deben buscar su simplificación o una gestión de una forma mucho más eficiente; por el contrario aquellas menos eficientes se debe buscar su abolición o reformulación.

¹¹ Prodan, I & Slavec, A. (2009) *Qué hace un ambiente amigable por un emprendimiento*, Portland International Conference on Management of Engineering & Technology, pág (78-79).

¹² Song, M, & Halman, J. I. M. (2007). *Success Factors in New Ventures*. Journal of Product Innovation Management, pág (36)

Ahora bien, cabe tener en cuenta que un entorno menormente regulado no es necesariamente el más provechoso para el país, pues como se ha indicado anteriormente, los empresarios necesitan una regulación apropiada para asegurar la previsibilidad del entorno empresarial, competencia leal, y la seguridad. También, la estrategia nacional de emprendimiento tiene el objetivo de facilitar el desarrollo de la actividad en las zonas de destino específico, o para grupos específicos, y estos necesitan una regulación apropiada para su implementación exitosa.

1.3.2 Reducción al mínimo efectivo de obstáculos y trámites

Muchas de las economías han puesto su ruta de trabajo en la reducción o eliminación de trabas, obstáculos y trámites a la hora de la creación de empresas. Aun así, la ineficiencia institucional y su superposición de entidades en los procesos administrativos, junto con una deficiente coordinación interdepartamental tienen como resultado demoras y costos financieros poco útiles para un emprendedor a la hora de la obtención de una licencia de funcionamiento comercial.

En muchas de las economías emergentes el proceso de apertura de una nueva entidad económica productiva se debe tramitar en hasta seis instituciones públicas que se involucran en el proceso en un período cercano hasta los cuatro meses (Altenburg, 2011)¹³, haciendo de este un proceso demasiado burocrático, lo cual impone enormes costos para los empresarios y prejuicios al clima de negocios de un país.

El proceso de simplificación administrativa comienza con la identificación de medidas de procedimiento que son necesarios para alcanzar objetivos regulatorios. Se debería adoptar el punto de vista de los usuarios para eliminar obstáculos, para reducir la demora y con los requisitos de grupo. La mayoría de países han unificado y estandarizado formas documentos de constitución. Otros han eliminado el registro del sello de la empresa, la publicación en revistas jurídicas de un establecimiento de la compañía, o mínimo los requisitos de capital. Entre los procedimientos de registro de la propiedad, algunos países han eliminado el requerimiento notarial e inspecciones físicas a evaluar el valor de la propiedad. Una ventanilla única, que puede ser físico o virtual, asegura que los empresarios no tengan que ir a varias agencias gubernamentales.

1.3.3 Construcción de confianza con el entorno

Un marco normativo sólido que opere desde la transparencia, la previsibilidad y con mecanismos apropiados de aplicación, va a generar confianza a los empresarios pues de

¹³ Altenburg, T. (2011) *“Industrial Policies in Developing Countries: Overview and lessons from seven country cases”*, German Development Institute, Bonn. Pág (124-126)

antemano se conocerán los reglamentos aplicables a cada una de las etapas del desarrollo empresarial.

Para que esto sea posible, existen varios aspectos que afectan la eficiencia de la aplicación de la regulación y su cumplimiento, dentro de la que se destaca la capacidad por parte del órgano administrador para hacer cumplir dichas reglas. Este cumplimiento puede garantizarse a través de la formación de funcionarios del gobierno tanto a nivel nacional y local, acompañado de un sistema suficientemente fuerte y transparente para la ejecución de las actividades presupuestadas. El siguiente punto a destacar tiene que ver con los empresarios y su estrecha colaboración con asociaciones que permitan la actualización de la oferta productiva, así como la educación de empresarios en cuanto al cumplimiento de leyes y regulaciones esenciales para mejorar su cumplimiento.

Los departamentos e instituciones gubernamentales también deben operar bajo los mismos preceptos de funcionamiento y cumplimiento, así como asegurar la correcta prestación de servicios de manera efectiva y oportuna, todo esto bajo los principios de buena gobernanza. Además, temas como el cumplimiento de contratos, protección de los derechos industriales y de autor, solución de disputas legales, la confianza en el emprendedor, tendrán impactos positivos hacia la forma en que es visto el entorno empresarial para el emprendimiento, facilitando y acelerando la creación de nuevas firmas.

1.3.4 Guiamiento a través del proceso

La complejidad de muchos aspectos de regulación del negocio hace que sea importante poner en su lugar mecanismos eficaces para ayudar a los empresarios a través de los procedimientos administrativos para comenzar su negocio. Esto puede ser particularmente importante para ciertos grupos de empresarios, y por lo general es importante para las puestas en marcha, debido a que los nuevos empresarios no están familiarizados con los procesos y, a menudo tienen que pasar por muchos procedimientos administrativos iniciales para el registro sus negocios, licencias y autorizaciones requeridas, todo esto en el momento en el que están luchando para construir su nuevo negocio.

Por tal motivo es importante hacer un acompañamiento a los emprendedores a lo largo de todo el proceso de creación, implementación, consolidación y escalamiento del programa de emprendimiento, además de demostrar las ventajas de las regulaciones que recibe y los beneficios de los mismos. Los gobiernos y los organismos ponen especial énfasis en el proceso de puesta en marcha de los emprendimientos, pero no se debe olvidar que esta no es la única etapa del proceso en la cual necesitan de apoyo y guiamiento. Siempre que sea posible deben entre las necesidades de los emprendedores y el vínculo de las instituciones debe hacerse

explícito, pues de esta manera se fortalecerá el entorno y a la vez se fortalecerá al empresario en una relación de beneficio mutua.

1.4 EDUCACIÓN Y CULTURA EMPRENDEDORA

Comúnmente se relacionan las habilidades de emprendimiento alrededor de habilidades “soft” o suaves, como pueden ser la persistencia, autoconfianza, el trabajo en equipo entre otros, dando a entender que el proceso de creación empresarial y de emprendimiento es un resultado fortuito entre esfuerzo, casualidad y un poco de suerte. Si bien, las anteriores características deben estar presentes en el ADN de un emprendedor no se debe dejar a un lado las habilidades de carácter “hard” como los son el conocimiento básico de la puesta en marcha de un emprendimiento, la planificación empresarial, las habilidades financieras y directivas, entre otras.

Precisamente, la educación en emprendimiento se centra en el desarrollo de estos dos tipos de competencias y habilidades empresariales, que son transferibles y beneficiosos en muchos de los contextos de trabajo. El objetivo no es únicamente fortalecer las capacidades e impulsar el deseo en las personas de iniciar su emprendimiento productivo, sino que también pretende inculcar en la sociedad una cultura emprendedora.

Por lo general, la educación empresarial se encuentra excluida de los planes de estudios de las instituciones educativas de todos los niveles. Por lo tanto, las políticas gubernamentales sobre el espíritu empresarial deben garantizar que el espíritu emprendedor se incorpore al sistema educativo formal, como también en el sistema, rural, aprendiz y en los programas de formación. La incorporación de la iniciativa empresarial en el currículo educativo nacional puede ser coordinada por el Ministerio de Educación, a menudo con la participación de otros ministerios, como el Ministerio de Cultura, Industria, Ciencia y Tecnología, entre otros. Además la participación de otros agentes y organismos es de vital importancia como el caso de ONG's, fundaciones, organizaciones internacionales, agencias gubernamentales, etc. Entre mayor sea el número de agentes involucrados, el proceso de incorporación de una cultura emprendedora en la sociedad se hará mucho más sencillo. Finalmente y para una futura medición del avance de la cultura emprendedora en el país se hace necesario tener en cuenta los siguientes factores.

1.4.1 Inserción del emprendimiento en el sistema educativo

La percepción y las actitudes en torno al emprendimiento deben empezar desde la temprana edad (Justin & Monga, 2011)¹⁴, por lo cual el emprendimiento debe estar insertado en todos los niveles educativos.

El emprendimiento en la educación a nivel de escuela primaria se centra principalmente en las habilidades blandas, incluyendo la conciencia del espíritu empresarial y el desarrollo de comportamientos empresariales (por ejemplo, la toma de riesgos, trabajo en equipo, la búsqueda de oportunidades).

No existe curso técnico único en el espíritu empresarial a una edad tan joven. La adopción de la conciencia, programas con juegos interactivos y herramientas en línea han demostrado ser particularmente útil en muchos países (Conduras & Schoot)¹⁵.

En el nivel secundario, los estudiantes necesitan estar informados sobre el autoempleo como parte del desarrollo de la carrera y guiado acerca de sus opciones. Los estudiantes también necesitan aprender habilidades empresariales básicas, tales como la economía, marketing y nociones básicas sobre la ley comercial. La ejecución de las actividades extra-curriculares, incluyendo visitas a las empresas a fin de entender el mundo de trabajo ha dado buenos resultados en algunos países¹⁶.

A nivel de la educación superior, atendiendo electivas y /o cursos requeridos sobre iniciativa empresarial, así como participar en las actividades y proyectos más específicos donde ha demostrado ser eficaz. Es importante que los estudiantes estén expuestos a la iniciativa empresarial antes de su especialización, si van a la universidad.

1.4.2 Desarrollar un currículum

En muchas de las ocasiones es posible observar que las habilidades empresariales y los contenidos pedagógicos del sistema educativo se encuentran por caminos totalmente opuestos. Si bien el emprendimiento puede ser enseñado como un curso independiente, esto no es necesariamente el enfoque más deseado.

¹⁴ Lin, Justin Y., C. Monga (2011) “*Growth Identification and Facilitation: The Role of the State in the Dynamics of Structural Change*”, World Bank Working Paper No. 5313;

¹⁵ Conduras, A., y Schott, T. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Special Report: Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Recuperado de: http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/GEM%20Ed%20and%20Training%2009_Espanol%201.pdf

¹⁶ Ibíd.

Si la educación empresarial es aislada a un curso independiente, separada de las demás temáticas de un plan de estudios, es posible que se pierdan muchos de los esfuerzos realizados en el ámbito de la creación de una cultura en emprendimiento, pues dichos temas son complementarios a la formación personal de los individuos.

Son muchos los temas que pueden irse incluyendo a medida del desarrollo de las capacidades intelectuales y educativas del individuo, a fin de obtener un mejor rédito, las cuáles deben irse encaminando dentro del currículum educativo de la siguiente manera:

En la primera etapa encontraremos el desarrollo de las capacidades personales o “soft” que incluyen: trabajo en equipo, toma de riesgos calculados, auto confianza, impulso de la creatividad, resolución de problemas, auto conciencia y la perspectiva del empleador frente al empleado.

La segunda etapa se centra en el apropiamiento de habilidades operativas básicas dentro de las que se destacan: las matemáticas, operaciones contables sencillas, el uso de las TIC's, un básico conocimiento de las leyes comerciales vigentes. Estos aspectos reflejan los fundamentos básicos para operar en un ambiente de trabajo.

Por último en la tercera etapa se busca trabajar las habilidades de negocios y administración tales como: el análisis de las ventajas competitivas, investigaciones de mercado, planes de negocio, gestión financiera, uso de recursos bancarios, ventas, recursos humanos, generación del know-how y el uso de los planes de negocio aplicados a la solución de problemas sociales y o ambientales.

La efectiva articulación entre los temas y las etapas anteriormente mencionadas con el sistema educativo y las temáticas de sus planes de estudio a través de modelos de aprendizaje interactivos que incorporen la experiencia práctica a través de la acción, repercutirán directamente en la generación de una cultura social del emprendimiento y un crecimiento acelerado de nuevas entidades productivas.

1.4.3 Docentes del Emprendimiento.

Los docentes son el puente de comunicación más rápido y efectivo para inculcar y transmitir una cultura de emprendimiento al interior de los sistemas educativos. Por tal razón, el educador debe demostrar algunos de los atributos que desea inculcar en sus estudiantes como lo son las habilidades empresariales, atributos emprendedores, y en muchos de los grados debe de servir como mentor para sus estudiantes. De tal manera, es necesario cambiar la imagen del docente, como aquel educador tradicional, pues en las aulas también debe existir la presencia de profesionales y empresarios, que puedan integrar a los estudiantes en actividades extra

curriculares que los acerquen al mundo empresarial y que sirvan de modelos a seguir para los mismos.

Actualmente la mayoría de las iniciativas de formación de educadores en el área de desarrollo empresarial se encuentra a nivel de educación superior (Gonczi & Athanasou, 2011)¹⁷, por lo cual se deben focalizar esfuerzos para trasladar esto hacia los niveles de primaria y secundaria y proporcionar la formación de profesorado a través de la iniciativa empresarial, seminarios, plataformas de aprendizaje para un correcto desarrollo del currículum de la cultura emprendedora. La experiencia y los programas relacionados al área de la educación empresarial podrían ser llevadas más lejos y difundida a través de los educadores de emprendimiento en las redes de plano nacional, regional e internacional.

1.4.4 Alianzas con el sector privado

Las alianzas entre el sistema educativo y el sector privado es sin lugar a dudas el vehículo más efectivo de transformación de la cultura del emprendimiento de un país, pues es allí donde se hace evidente los esfuerzos hechos por la estrategia nacional de emprendimiento, la optimización del entorno, y la apuesta a la educación en emprendimiento.

Un gran número de empresas privadas y empresarios financian iniciativas de institutos privados y centros de investigación, en ocasiones generan programas especiales dentro universidades. Este compromiso crea sinergias y la colaboración entre las empresas establecidas y la creación de empresas. Se hace más fácil para los empresarios más experimentados "enseñar " y ser "mentor "en estas instituciones. Los gobiernos deben considerar medios para fomentar y facilitar dicho patrocinio, incluyendo proporcionando incentivos. Iniciativas del sector privado y sin fines de lucro también están involucradas en proporcionar formas de educación empresarial y el desarrollo de competencias a los grupos en las comunidades objetivo para que las personas de escasos recursos puedan mejorar sus oportunidades para el autoempleo. También pueden apoyar emprendedores sociales que juegan un papel en sostenible en el desarrollo en sus comunidades.

1.5 ACCESO A FINANCIACIÓN

El inadecuado acceso a financiación es probablemente el más frecuente problema que acusan los emprendedores, debido a múltiples factores como pueden ser la cantidad de trámites para acceder a financiación, el déficit de la oferta financiera, el acceso al crédito, la equidad y garantías.

¹⁷ Gonczi, A & Athanasou, J. (2012). *Instrumentación de la Educación Basada en Competencias*, México D.F: Limusa, pág (35)

Los gobiernos deben tomar cartas en el asunto a fin de favorecer a muchos de los empresarios a través de la creación de canales de financiación, de alfabetización financiera y de la ejecución del uso de tecnologías innovadoras bancarias modernas. Una especial atención se le debe brindar a las empresas altamente innovadoras y con capacidad de crecimiento, emprendimiento en el área de energías renovables y la sostenibilidad, que a menudo requieren de diferentes formas de financiamiento entre las que se encuentran la equidad y el capital de riesgo.

Es por esto que la estrategia nacional de emprendimiento en materia de emprendimiento debiera centrarse en los siguientes puntos:

1.5.1 Acceso a vehículos financieros bajo términos apropiados

Muchos de los emprendedores acusan no tener acceso a fuentes de financiación, a menos de que acepten librar una alta tasa de interés o los excesivos requisitos de garantías pedidos por las instituciones financieras, incluso cuando demuestran que sus planes de negocio puedan resultar productivos. Esta situación se ve evidenciada por las fallas de mercado existentes, como los altos costes de verificación de información, la deficiente infraestructura en zonas rurales y muchas veces urbanas, problemas de articulación de contratos o la incapacidad por parte del emprendedor de brindar las garantías necesarias para el desembolso del dinero.

Dentro de las salidas más obvias a este problema estaría la erradicación de dichas fallas de mercado, pero este es un proceso de largo plazo. No obstante, existen ciertas herramientas políticas que pueden ser empleadas por los gobiernos a fin de mejorar el acceso y las condiciones de los empresarios a financiamiento.

Una de las más comúnmente usadas es el financiamiento a través de las garantías de crédito público, los cuales varían notablemente de los métodos tradicionales en temas como la elegibilidad, la cobertura la relación de pagos y honorarios y permite la distinción entre regímenes. Este sistema puede orientar a los diferentes grupos de empresarios a través de los requisitos de elegibilidad estrictos, brindando un alto grado de aceptación a aquellos grupos de empresarios que no han tenido acceso a ningún otro tipo de financiación, además al ser el riesgo compartido, se limitan los cupos de garantías por incertidumbre a los empresarios.

Por otra parte también se podría incentivar la IED en servicios financieros puede mejorar el acceso al crédito para los empresarios locales, sin embargo, dicha IED debe ir acompañado de una estricta regulación y supervisión

Otras medidas que podrían facilitar el acceso a la financiación son el factoring y el leasing las cuales proveen el acceso a activos tales como equipos, maquinaria y vehículos a cambio de un monto de arrendamiento.

Es importante reconocer estas realidades y proporcionar el apoyo adecuado, por ejemplo, al trabajar con los proveedores del sector privado para reducir el costo del acceso a financiación.

1.5.2 Financiar la innovación

Los emprendedores que realizan emprendimientos de alto nivel innovacional requieren en la mayoría de las ocasiones de fuentes de financiamiento muy diferentes a las de las tradicionales MiPyMes, tales como la necesidad de capital de riesgo. Sin embargo, estas compañías que son atractivas en el mercado no son lo suficientemente atrayentes para el sistema financiero, ya que comparado con otras iniciativas de financiación, los fondos de capital de riesgo tienen un alcance limitado tanto en términos de número de empresas y el importe total de la financiación comprometida, ya que se centran en el segmento relativamente más riesgoso de las empresas por alto potencial de crecimiento y la innovación (Timmons & Spinelli, 2007)¹⁸.

El diseño de estrategias a fin de atenuar los riesgos y el acceso a financiación por parte de estos tipos de emprendimientos dinamizadores de las economías de los países puede ser buscado a través de las redes de Ángeles Inversionistas. Estos representan una alternativa frente a los fondos de capital tradicionales al considerar inversiones de menor escala.

Los emprendedores que buscan financiación para la cara la innovación un doble obstáculo porque esa inversión implica una considerable incertidumbre, asimetrías de información y los activos intangibles en un grado mucho mayor que la inversión en empresas tradicionales. La aversión de los bancos a riesgo hará evitar los préstamos a las empresas que tienen largos períodos de gestación y los resultados inciertos en términos de nuevos productos, procesos o mercados.

Mientras que los empresarios pueden desempeñar un papel importante, necesitan el acceso a los tipos adecuados de financiación para estos nuevos empresas y la igualdad de condiciones para beneficiarse de adquisiciones.

¹⁸Timmons, J.A. & Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw-Hill/Irwin. Pág (96-97)

1.5.3 Un sistema financiero sólido

Para que un sistema financiero se pueda considerar como un sistema sólido debe presentar por lo menos las siguientes tipos de entidades financieras (Audretsch & Keilbach, 2013)¹⁹

- Bancos comerciales que hayan introducido productos dirigidos a las MiPyMes
- Instituciones de Microfinanzas
- Bancos de comunitarios, cooperativas de crédito, oficinas de correo y bancos agentes
- Capital privado, redes de inversionistas, inversionistas ángeles y fondos de capital de riesgo

Los gobiernos deben procurar trabajar con cada una de estas entidades, para desarrollar su potencial al máximo permitiéndoles atender los diversos segmentos poblacionales según sus requerimientos. En el diseño de las medidas de apoyo, se debe tener en cuenta y aprovechar la respectiva fortalezas y competencias básicas de cada institución, a fin de maximizar la contribución de cada participante, todo esto contrastado con los lineamientos generales de desarrollo del país en materia de financiamiento.

Por otra parte, los gobiernos y sus políticas también deben desempeñar un papel clave a la hora de la inserción y adopción de nuevas tecnologías bancarias que pueden ayudar a reducir los altos costos de transacción para emprendedores rurales y remotas a causa de los costos de infraestructura, además de ampliar el acceso y la promoción de la inclusión financiera.

El apoyo público y la financiación para la implementación de las nuevas tecnologías de banca puede por lo tanto, mejorar la estabilidad general y la transparencia del sistema financiero nacional, mediante la integración de estas tecnologías con un sistema de información financiera por parte de la agencia de supervisora.

1.5.4 Educación financiera

La poca educación financiera es uno de los hábitos más recurrentes de los emprendedores. La mala planificación, malas prácticas contables, subestimar la volatilidad del mercado son factores que se ven reflejados en grandes pérdidas para las compañías.

Estas dificultades también restringen la capacidad de los empresarios para producir un escalamiento en sus unidades productivas y llegar a nuevos mercados, pues suponen trabas para acceder a fuentes de financiamiento, ya que las entidades que otorgan préstamos requieren

¹⁹ Audretsch, D y Keilbach, M. 2013. “*The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship and Economic Growth*”. Journal of Management Studies, vol. 44(7): 242-244.

sólidos informes financieros que permitan visualizar la situación actual y el planteamiento futuro de la compañía.

Al fomentarse la educación financiera son muchos los empresarios que se ven favorecidos pues esto repercute directamente en la toma de decisiones sobre el endeudamiento responsable y la protección del cliente.

A fin de alcanzar el mayor público estas iniciativas de educación financiera requieren de financiación público y privada que permitan generar sinergias que faciliten la implementación, entre los diferentes actores del ecosistema financiero.

Una piedra angular de la mayoría de los sistemas financieros eficientes es proporcionar acceso a la financiación a los aspirantes a empresarios, debido la fácil disponibilidad de información de crédito.

1.6 GENERACIÓN DE REDES

Una vez abordadas todas las temáticas anunciadas anteriormente, se hace necesario la implementación de políticas conjuntas que permitan la articulación y configuración de relaciones multi-direccionadas por parte de los miembros del entorno a fin de poder desarrollar un ecosistema saludable y funcional que permita brindar las garantías necesarias a todos y cada uno de los integrantes del mismo.

La generación de redes es la etapa final del proceso de implementación de la estrategia nacional de emprendimiento. Las redes de emprendimiento fomentan la evolución de la cultura empresarial en torno al emprendimiento y la innovación. La construcción de la red también sirve como herramienta para exhibir modelos y buenas prácticas internacionales de la iniciativa empresarial como forma de vida.

Por otra parte, las redes se vuelven en elemento principal para la creación de nuevas empresas y la inclusión de nuevos participantes que aún no han establecido relaciones, pues ayuda a reducir las brechas existentes mediante métodos inclusivos.

Una cultura empresarial se construye mucho más fácil sobre un sólido fundamento normativo. Sin embargo, cuando en algunos países, el marco regulador es relativamente débil y los procesos de reforma toman tiempo para promulgarse, las redes a menudo desempeñan un cumplimiento

importante en la comunicación, el asesoramiento, el apoyo y la confianza en función para los empresarios (Echeverri, 2008)²⁰.

1.6.1 El valor de la iniciativa empresarial de emprendimiento en la sociedad

La actitud de la sociedad frente al emprendimiento se encuentra ampliamente influenciada por el conjunto de valores sociales²¹ como la tolerancia al riesgo y al fracaso, el fomento de la creatividad y el empleo, el auto sostenimiento económico y laboral, el reconocimiento y la realización personal. Este conjunto de valores sociales dentro de una percepción cultural negativa constituyen una fuerte barrera a la iniciativa empresarial emprendedora, pues se encuentran fuertemente arraigados en la sociedad. Sin embargo, la relativa sencilla comunicación entre las herramientas del emprendimiento puede desafiar con bastante éxito muchos de los prejuicios contra el espíritu empresarial.

Los gobiernos pueden proporcionar una señalización importante sobre la función de apoyo a la iniciativa empresarial y contribuir al desarrollo de una imagen positiva de los empresarios, poniendo como ejemplo el importante papel que desempeñan en la solución de los problemas que son importantes para la sociedad, como el desempleo, la desigualdad social y pobreza, mostrando cómo el espíritu empresarial, en particular, el emprendimiento social, sirve como una clave componente de las estrategias nacionales de desarrollo.

También es importante vincular a los grupos poblacionales minoritarios y excluidos, personas en situación de discapacidad, jóvenes, mujeres y comunidades indígenas, para que de esta forma se solidifique el valor de la iniciativa empresarial de emprendimiento al interior de la sociedad.

El alcance la iniciativa empresarial se debe ampliar y las campañas de sensibilización deben proporcionar una plataforma para compartir información y celebrar modelos de empresarios, promover redes de negocios entre los miembros participantes existentes y potenciales, además de promover el diálogo activo entre empresarios y las comunidades.

Se debe trabajar tanto a nivel nacional como a nivel regional movilizand la participación de organizaciones, cámaras de comercio, agremiaciones, asociaciones, federaciones, agencias de promoción de inversiones, cooperativas, universidades, asociaciones estudiantiles entre otros.

Los gobiernos deben resaltar el papel que las redes de emprendimiento pueden desempeñar en la exitosa implementación y evaluación de políticas, asegurando la participación de las redes de los

²⁰ Echeverri, H., (2008): *Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura*, Revista INNOVAR, Vol (19), No. 33, ENERO-ABRIL 2009, Pág (23) recopilada vía internet de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n33/v19n33a02.pdf>

²¹ Ibíd

empresarios en la política, el diálogo, ya que puede ser útil en la evaluación de impacto, proporcionando una retroalimentación crítica sobre la eficacia de políticas.

1.6.2 Conciencia sobre las oportunidades empresariales

Para promover una cultura en torno a la iniciativa empresarial, es necesario hacer del emprendimiento una opción mucho más tangible a través del facilitamiento del acceso a la información sobre oportunidades de negocio, incluir oportunidades de formalización empresarial para las personas que se encuentran en el sector informal de la economía. El gobierno debe servir como mediador entre el sector informal y las redes empresariales, además, deberá disminuir las asimetrías de información existentes en temas de oportunidades de negocio.

También se debe crear conciencia en torno a las oportunidades de empresarios locales que puedan derivarse de los planes de incentivos nacionales. Es importante sensibilizar en particular a las poblaciones rurales, sobre los tipos de oportunidades empresariales que existen a nivel local y fuera de sus comunidades inmediatas

Es clave llevar estos tipos de plataformas de información a nivel local y regional, para asegurarse de la más completa articulación y participación de los miembros del ecosistema.

1.6.3 Fortalecer las redes

Existen numerosas iniciativas de generación de conciencia y desarrollo emprendedor dirigido a empresarios del sector privado lideradas por parte del gobierno como una estrategia de recuperación y crecimiento económico. Dentro de las iniciativas más comunes se encuentra la reducción fiscal, preferencias arancelarias, espacio a la financiación, ayuda en infraestructura, suministro de mentorías y capacitación para la puesta en marcha del proyecto.

Las redes de apoyo a las empresas incluyen asociaciones, foros de discusión, ferias, vitrinas nacionales y son de vital importancia para los empresarios a la hora de iniciar y crecer con éxito en un negocio.

Estas redes ayudan a difundir y comunicar información a los empresarios sobre los negocios y oportunidades de exportación, programas e iniciativas que empresarios de apoyo. Redes de negocios también tienen una función de fomento de la confianza importante para los empresarios, sobre todo de cara a los entornos regulatorios débiles, ya que contribuyen a proporcionar garantías y seguridad para los compromisos contractuales. Estas también pueden ser eficaces herramientas de marketing para emprendedores y proporcionar un clientes de base para las empresas.

Existen diferentes tipos de redes de empresarios. Estas pueden centrarse en los vínculos entre empresarios experimentados y nuevos; pueden tener una dimensión business-to-business; pueden vincular empresas con el sistema educativo; o pueden ser de carácter popular e informal (Peiró, Perdrix & Torruella, 2011)²².

En muchas ocasiones las redes surgirán de una manera natural entre los empresarios de un mismo sector o área geográfica. Las redes pueden ser dos clases; las redes horizontales son las que relacionan diferentes pequeñas empresas al mismo nodo de la cadena de valor y para que puedan compartir conocimientos y recursos, por lo cual son particularmente eficaces en el intercambio de información específica de un sector y la creación de alianzas estratégicas para intereses comunes como en la comercialización y compra al generar beneficios a través de la compra colectiva.

Por otra parte se encuentran las redes verticales, las cuales generan vínculos comerciales entre empresas de distintos sectores económicos, es mayormente usada por las empresas de gran escala para ubicar a sus posibles proveedores y distribuidores.

Como es evidente estas redes son de gran influencia para las naciones, razón por la cual los gobernantes deben tener en cuenta la importancia de los dos tipos de redes y alentar su desarrollo, ya que es vehículo de transmisión de conocimiento y asesoramiento empresarial.

²²Peiró, F, Perdrix, G., Torruella, A. (2011). *“Escuela de emprendedores. Barcelona”*. Libros de Cabecera. Pág (74)

2. LA ESTRUCTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

En la actualidad el emprendimiento cobra cada vez mayor importancia en la dinámica de las sociedades, debido a que es una de las oportunidades con que cuentan las personas para obtener su independencia laboral, estabilidad económica y realización personal.

En Colombia el tema del emprendimiento no es nuevo, pues desde la década de los 70's se han venido adelantando acciones en torno a la creación de nuevas entidades productivas empresariales como herramienta para promover el desarrollo nacional. Si bien, en principio dichas iniciativas estaban dirigidas hacia grupos poblacionales con menores índices de desarrollo, en condiciones extremas o de vulnerabilidad, no se puede negar que es un primer gran acercamiento al emprendimiento como forma de vida.

Acercándose al nuevo milenio, en el año 1999, Colombia se enfrenta a una de sus mayores índices de desempleo (Parra, 2010)²³, debido a eventos coyunturales como las crisis que atravesaban en su momento los países asiáticos, Rusia y Brasil; la débil situación de la economía Colombiana (caída del -4,2% del PIB)²⁴ que experimentaba grandes déficits tanto fiscal como en cuenta corriente. Sumado esto a la mala toma de decisiones en las políticas económicas correctivas las cuales fueron contradictorias entre sí, generando gran incertidumbre en el sector privado; por último la situación del país en materia de orden público se vio agravada lo cual socavó la confianza inversionista.

Ante este panorama, quizás el grupo poblacional que se vio más afectado fue el de los jóvenes, pues sus oportunidades de acceso a empleo se vieron ampliamente restringidas. Por tal motivo, el gobierno de aquel entonces implementó un programa dentro del marco político exportador conocido como “Jóvenes Emprendores Exportadores”, un programa que buscaba dotar de herramientas necesarias a jóvenes egresados o cursantes de carreras universitarias, para la generación de empresas de carácter exportador. Con este programa sumado a Colombia Joven que fue lanzado en Mayo del año 2000, se puede decir que Colombia ingresa al nuevo milenio, a los retos y oportunidades que este presenta, además, se dio el génesis de la política en materia de emprendimiento.

A partir de ese momento, los pasos que se dieron en materia de legislación, proyectos e iniciativas en torno al emprendimiento fueron cada vez más relevantes. Pues el gobierno sucesor a Andrés Pastrana (quién propició el génesis), traía la consigna clara y abanderada de su plan de gobierno de generar un país de propietarios.

²³ Parra, M. (2010): “Análisis y perspectiva del desempleo en los últimos doce años”, Fedesarrollo, recopilado vía internet de : <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/353/1/An%C3%A1lisis-y-perspectiva-del-desempleo-en-los-%C3%BAltimos-12-a%C3%B1os-INFF-201001004.pdf>

²⁴ Histórico del Dane: www.dane.gov.co

Es así como cabe resaltar acciones que se llevaron a cabo durante sus dos períodos de gobierno, tales como: la fusión de ministerios en especial el Ministerio de Desarrollo Económico y el Ministerio de Comercio exterior, dando así origen al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, al cual abanderó y le encargó labores de formulación, adopción, dirección y coordinación de las políticas en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa; el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología; la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior²⁵.

En años posteriores se puso en marcha el Fondo emprender, formulado en el año 2002, el cual es un instrumento de financiación para nuevas empresas, orientado a todas aquellas personas que desarrollaran un plan de negocio viable. Esto a la vez, facilitó la implementación en el ámbito nacional de las Unidades de Emprendimiento en donde se recibían las propuestas de emprendimiento y se les brindaba acompañamiento especializado a los emprendedores.

Posiblemente, el hito más importante fue el acometido en el año 2006, año en el cual la rama legislativa del país, siguiendo los lineamientos sugeridos por el PND (Plan Nacional de Desarrollo), aprobó la ley 1014 de 2006, también conocida como la ley de fomento al emprendimiento con el propósito fundamental de reducir las tasas de desempleo y generar un desarrollo sostenible que involucrara a todos los sectores sociales (Gubernamental, Privado y Sociedad Civil), mediante una correcta articulación de los mismos en los ámbitos locales, regionales y nacionales.

Para el año 2009, el MinCIT, encamina sus esfuerzos y asienta el más importante precedente en Colombia en materia de emprendimiento, al asumir los retos propuestos por la ley 1014, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en materia de emprendimiento. Es así, como se logra la formulación e implementación de la primer Política Nacional de Emprendimiento del país, la cual a través de un marco normativo y legal, delimita la estructura del país en materia de emprendimiento, delimitando la estrategia nacional en temas de emprendimiento, favoreciendo el papel que tiene el estado en el fomento de la iniciativa empresarial de emprendimiento, dentro de los que se resaltan: la promoción de la alianza público – privada – académica; facilitador de las condiciones de emprendimiento; desarrollador de la dimensión local, regional, nacional e internacional de emprendimiento.

Todos estos temas se encuentran englobados dentro de la Política Nacional de Emprendimiento, en donde se encuentra la estructura general del emprendimiento en Colombia, por lo cual se hace necesaria una revisión a profundidad para poder comprender su alcance.

²⁵ Decreto 210 de 2003, Art 1.

POLÍTICA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO

2.1 MARCO NORMATIVO

Para la correcta comprensión de una política es necesario entender que estas se encuentran acompañadas y cobijadas dentro de un marco normativo, el cual es el conjunto de leyes, normas, decretos, reglamentos, instrumentos legales, etc., de carácter obligatorio y que tienen incidencia directa sobre las directrices, funcionamiento y desarrollo de la política en cuestión.

En el caso colombiano en específico encontramos.

2.1.1 Antecedentes Jurídicos de tipo ley.

Los antecedentes jurídicos que tienen una acción directa sobre la política nacional de emprendimiento se encuentran:

Tabla 1. Compendio de antecedentes jurídicos (leyes)

LEY	ALCANCE, OBJETIVO
Ley 29 de 1990	Dictamina disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo y se otorgan facultades extraordinarias
Ley 344 de 1996	Dicta normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden facultades extraordinarias y otras disposiciones
Ley 590 de 2000	Sobre la promoción del desarrollo de las MiPyMes, la cual se modificó por la ley 905 de 2004 y por la ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PND
Ley 789 de 2002	Por la cual se crea el Fondo Emprender
Ley 1014 de 2006	Fomenta la cultura de emprendimiento y otras disposiciones

Ley 1286 de 2009	Modifica la ley 29 de 1990, transforma a Colciencias en departamento administrativo, se fortalece el Sistema nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.
Ley 1429 de 2010	Tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por el MinCIT²⁶

2.1.2 Antecedentes jurídicos de tipo decreto

Al igual que las leyes, los decretos son herramientas que pueden facilitar el desenvolvimiento de una política específica. Los decretos se diferencian de las leyes en que no son emitidos por el órgano legislativo, sino que por el contrario es elaborado y emitido por el poder ejecutivo, en el que generalmente se encuentra indexado un contenido de carácter normativo reglamentario, razón se encuentra jerárquicamente por debajo de las leyes

Para el caso colombiano y específicamente en el marco de la Política Nacional de Emprendimiento los decretos que tienen cierto grado de participación o injerencia son:

Tabla 2. Antecedentes jurídicos tipo decreto

Decreto	Objetivo, alcance
Decreto 393 de 1991	Dicta normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías
Decreto 585 de 1991	Por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, se reorganiza Colciencias y se dictan otras disposiciones
Decreto 4466 de 2006	Reglamento el artículo 22 de la ley 1014 de 2006 sobre constitución de nuevas empresas
Decreto 2175 de 2007	Sobre la administración y gestión de carteras colectivas
Decreto 525 de 2009	Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la ley 590 del 2000 sobre la gradualidad en el pago de parafiscales
Decreto 1192 de 2009	Reglamenta la ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura de emprendimiento

Fuente: Elaboración propia en base a la información suministrada por el MinCIT²⁷

²⁶ Recopilado de : <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16435>

2.1.3 Instrumentos de planificación

Durante la década de los 60's, Colombia consolidó una herramienta que le permitiera proyectarse hacia el futuro en función del desarrollo nacional. Es así como surgen los denominados Planes Nacionales de Desarrollo, como instrumento de la planificación estatal, el cuál en sus inicios fue concebido a largo plazo (una década), pero que posteriormente se estableció que la duración debía ser igual al periodo de mandato presidencial (cuatro años). Por esta razón, estos planes son llamados comúnmente como las “políticas públicas presidenciales”.

Con la implementación de la nueva carta magna del año noventa y uno, se ratificó el espíritu descentralizado del país y se le imprimió un carácter mucho más amplio e incluyente a través de la definición del proceso de la planeación, con una perspectiva territorial y un esquema de la planeación participativa, buscando que la formulación de las políticas públicas sea concertada y no un ejercicio simplemente tecnocrático, además de incorporar las dimensiones sociales, económicas y ambientales como elementos claves del desarrollo²⁸.

En el campo del emprendimiento han tenido influencia los siguientes instrumentos de planificación:

Tabla3. Instrumentos de planificación para el emprendimiento

Intrumento	Objetivo Alcance
CONPES 3297 DE 2004	Define la agenda interna para la productividad y competitividad
CONPES 3424 DE 2006	Temas relacionados a la Banca de Oportunidades
CONPES 3439 DE 2006	Crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad
CONPES 3484 DE 2007	Sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de Mipymes
CONPES 3527 DE 2008	Sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad

²⁷ Ibíd

²⁸ Del artículo 339 al 344 de la Constitución Política de 1991

CONPES 3533 DE 2008	Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional.
CONPES 3582 DE 2009	Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

Fuente: MinCIT

En el ámbito de los Planes Nacionales de Desarrollo, se deben destacar ciertas acciones propuestas dentro de los cuatrienios a partir de su implementación en el período posterior a la entrada en vigor de la constitución política de 1991.

Durante el periodo de gobierno del presidente Ernesto Samper se tenía un mapeo entregado por la administración anterior en el cual se identificaron siete cadenas productivas, las cuáles fueron pilares de la política en materia de emprendimiento para el país en años venideros. A partir de dichas cadenas se promovió la competitividad del país basado en estrategias y programas sectoriales específicos, que permitieron delinear algunos problemas, trabas y obstáculos del crecimiento productivo y efectivo.

Al determinarse estos elementos críticos dentro de los programas productivos, competitivos y sectoriales se procedió a establecer una Estrategia Nacional de Emprendimiento de base, con un período de acción extendido, para solventar los problemas existentes y generar ventajas competitivas sostenidas. De esta manera se adelantan las acciones que se consolidan posteriormente en la gestación de dos herramientas de gran utilidad para el incipiente marco de emprendimiento e innovación nacional como lo son: el plan estratégico exportador y la promulgación de la política nacional de ciencia y tecnología. Dichas herramientas abarcaron temas bastante diversos desde la inserción y posicionamiento de las exportaciones colombianas en los mercados externos (plan estratégico exportador), hasta la delimitación de objetivos y estrategias para la promoción y el desarrollo de ciencia y tecnología por parte de la política nacional de ciencia y tecnología.

Al mismo tiempo se trabajó con los grupos sectoriales identificados durante el mapeo a fin de promover transformaciones en los mismos. Es así como se producen fenómenos como la modernización agropecuaria, importante sector identificado, con gran potencial de crecimiento que se encontraba atravesando una situación difícil a causa de la apertura económica (Maya, 1992)²⁹. En el campo industrial se aceleró el proceso de modernización a fin de concretar acuerdos sectoriales de competitividad, bajo la tutela del recién creado Consejo Nacional de Competitividad.

El gobierno sucesor encaminó su política en torno al comercio exterior, en específico en las exportaciones, su promoción, posicionamiento y fortalecimiento. Durante este cuatrienio se

²⁹ Maya, G (1992): “*Apertura económica y agricultura en Colombia*”, Base de datos de ensayos de la Universidad Nacional de Colombia, tomado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/5541/1/guillermomayam.1992.pdf>

fortificó el plan estratégico exportador, en la primera, directivos pertenecientes al sector de comercio exterior definieron su visión y lineamientos. Luego, un equipo de viceministros y directores de 60 entidades del sector público nacional, evaluaron y depuraron los resultados obtenidos. Por último, se realizó la validación final del Plan con la participación del sector privado a través de los gremios y de algunos empresarios de diferentes sectores de la producción nacional³⁰. Con este mecanismo se logró aumentar y diversificar la oferta nacional exportable, incentivar la inversión extranjera, regionalizar las ofertas exportables y hacerla más competitiva, además de desarrollar la cultura emprendedora exportadora en la sociedad.

Durante este gobierno también se tuvo el primer gran acercamiento a un ecosistema o red a través de la Política Nacional de Productividad y Competitividad, la cual desarrolló una agenda sistémica a nivel nacional y regional para mejorar el entorno en el que se desempeñan las firmas a fin de obtener mejores resultados en ámbitos de productividad y competitividad. Para el desarrollo de la política se contó con la participación de distintos actores del entorno, entre los que se destacan la presencia de universidades, dirigentes gremiales, empresarios, la totalidad del gabinete ministerial, entre otros. El desarrollo de la agenda conjunta permitió el surgimiento de nodos y redes especializadas, encargados de proyectos transversales en temas de emprendimiento, cultura exportadora e innovación.

Al asumir el cargo el entonces presidente Álvaro Uribe Vélez durante su primer mandato, emprendió su política en torno a la optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial, definiendo mecanismos para optimizar el funcionamiento de un gran número de programas, políticas e instrumentos a disposición del sector empresarial. A través de este mecanismo se abordaron desde instrumentos financieros y no financieros, instrumentos de coordinación, entidades de apoyo, entre otros.

Una vez más se apoyó la modernización del aparato productivo, pero en este caso diferenciándose de experiencias anteriores, el gobierno propuso el plan bajo una perspectiva de apoyo desde el sector público, la promoción de la inversión, la formación y entrenamiento para el trabajo, la coordinación institucional y los acuerdos de competitividad; fruto de estas iniciativas en el año 2004 entra en función la Agenda Interna para la competitividad y para el año 2006 el Sistema Nacional de Competitividad y la Comisión Nacional de Competitividad.

Con la participación de este triunvirato de competitividad se adelantaron procesos relacionados con la creación de clústers de clase mundial, el escalamiento en la productividad, la formalización empresarial y estrategias transversales de promoción de la competencia y la inversión con especial énfasis en ciencia, tecnología e innovación.

Durante su segundo período como gobernante, abanderó la iniciativa de la transformación productiva a través del Ministerio de Comercio en un proyecto ambicioso, que permitió el

³⁰ Documento de Informe de la procuraduría al DNP sobre los Planes Nacionales de Desarrollo, tomado de: <http://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/PLANEACION.pdf>

nacimiento de las zonas francas de propósito general. Las exenciones tributarias y los acuerdos de estabilidad financiera fueron otras de las medidas implementadas a fin de producir la transformación del aparato productivo nacional.

El más reciente de los planes de desarrollo nacional, enclavado bajo la premisa de “prosperidad para todos”, es el iniciado en el año 2010 bajo el mandato del presidente Juan Manuel Santos se basó en principios de transformación productiva, mejora de la competitividad y productividad. Por tal motivo, dicho plan tuvo un especial en énfasis en las Mipymes, buscando la correcta articulación entre cada instrumento de apoyo con estrategias de carácter general.

Para hacer frente a las dificultades de las pymes, las estrategias más específicas de la política pública son la utilización de instrumentos financieros para garantizar mayor acceso al financiamiento y, en cuanto a los instrumentos no financieros, el fomento a la cultura del emprendimiento, de la innovación y el desarrollo tecnológico; capacitación de los recursos humanos y diseño de sistemas de monitoreo, seguimiento y evaluación de impacto. Como políticas transversales se plantean las compras del sector público, la simplificación de trámites, el desarrollo de la actividad productiva con adecuada gestión ambiental y la incorporación de las tecnologías de información (Pérez, 2013)³¹

La cursante política nacional de emprendimiento (2014-2018) “todos por un nuevo país”, tiene como ejes principales: paz, equidad y educación. Estos pilares han sido claramente seleccionados por la situación actual que presenta el país y la preparación para un tiempo de post-conflicto.

Estimula la infraestructura y la inserción de poblaciones rurales. Hasta el momento el alcance en materia de emprendimiento es incierto, y no existe ningún hecho relevante que merezca ser abordado en el presente trabajo.

2.1.4 Otros instrumentos normativos

Dentro de los cuáles vale la pena destacar

Tabla 4. Instrumentos normativos de emprendimiento

Instrumento	Objetivo
Resolución 470 de 2005	De la superintendencia financiera, que permitió el establecimiento de fondos de capital privado

³¹ Pérez,M., (2013): “*El emprendimiento y el empresarismo en las mipymes*” Editorial Planeta, Colombia, pág (26)

Circular 8 de 2008	De la Superintendencia Financiera, que autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.
---------------------------	--

Fuente: MinCIT

2.2 Diagramación de la Política nacional de Emprendimiento.

Teniendo como precedente el marco normativo anteriormente expuesto, en el año de 2009 se formula la Política Nacional de Emprendimiento, la cual no es otra que la estrategia nacional colombiana en materia de emprendimiento, creación empresarial e innovación.

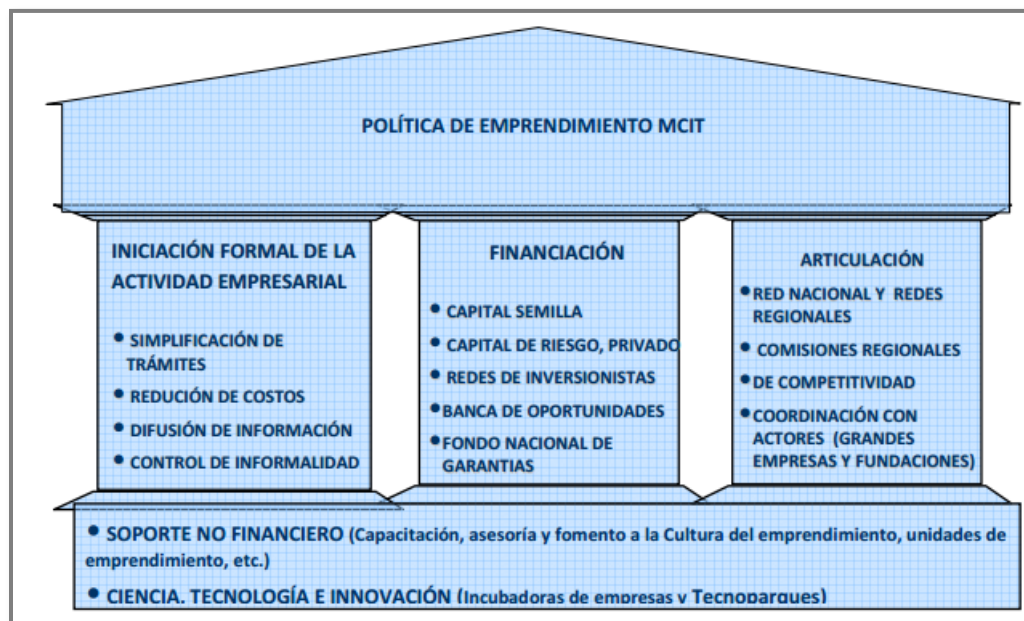
Esta estrategia tiene como objeto el apoyo y la consolidación del ecosistema nacional de emprendimiento, mediante el aprovechamiento del enfoque sistémico y la participación de la red nacional y de las redes regionales, para la identificación de necesidades, oportunidades existentes en el entorno, reconocidas por los integrantes y actores del mismo, tanto público como privado.

El surgimiento de esta estrategia pretende el desligamiento de los ciclos políticos, para que de esta manera se garantice la influencia en una etapa generacional de la sociedad sin importar las variaciones políticas que incidan en el gobierno de turno. Además, en su concepción se pretende que cuente con un marco lo suficientemente amplio, como para tener incidencia dentro de un plano macro y lo suficientemente corto para mantener la flexibilidad que caracteriza a este tipo de políticas.

La Política promoverá la continuidad del proceso de emprendimiento en cada una de sus etapas, la renovación y ampliación de la base empresarial, el acercamiento de servicios a emprendedores, y el fomento de la internacionalización mediante el aumento de la competitividad e innovación de productos y procedimientos con el objetivo de que existan nuevas empresas y se fortalezcan las ya existentes, las que a su vez son generadoras de empleo.

La Política Nacional de Emprendimiento impulsada en el año de 2009 se estructuró bajo 5 ejes que son: fortalecimiento de la iniciativa empresarial, financiación, articulación institucional, fortalecimiento de la industria de soporte no financiero y ciencia tecnología e innovación. Dentro de estos ejes se hizo una distinción ya que los tres primeros tienen connotación de ejes de tipo pilar, es decir que responden a objetivos estratégicos de la política, mientras que los dos últimos son de carácter transversal, los cuales deben estar a lo largo de todo el proceso de desarrollo de los objetivos estratégicos.

Gráfico 1. Esquema de la Política nacional de Emprendimiento



Fuente: MinCIT

2.3 Pilares de la Política de Emprendimiento

2.3.1 Fortalecimiento de la iniciativa empresarial

El espíritu empresarial es importante cultivarlo desde la temprana edad, para el proceso evolutivo este objetivo estratégico se pueden contar con herramientas en varios niveles, dentro de los que se encuentran: en un primer nivel el acercamiento del emprendimiento al sistema educativo a través de herramientas pedagógicas y de fusión de vínculo que permita la generación de conciencia y cultura emprendedora en la sociedad. Dentro de un nivel más avanzado se encuentran los vehículos propuestos dentro del marco de la política nacional de emprendimiento, tales como:

- **Simplificación de trámites:** Un sistema burocrático, los trámites engorrosos, la ineficiencia institucional y su superposición de entidades en los procesos administrativos, junto con una deficiente coordinación interdepartamental tienen como resultado el aumento en el tiempo de proceso de apertura de nuevos emprendimientos y el elevamiento de los costos financieros para el emprendedor, limitando en muchas ocasiones el establecimiento formal de las empresas y el deceso de muchas ideas de negocio.

Para contrarrestar dicha problemática el gobierno colombiano dentro del marco de la política de emprendimiento ha presupuestado una serie de acciones encaminadas a eliminar la excesiva tramitología e incentivar la creación de nuevos emprendimientos. Las estrategias abarcan desde la identificación y supresión de trámites que puedan constituirse como una barrera para el inicio formal del emprendedor; la formulación de proyectos normativos o de gestión ante las entidades competentes. Se incluyen también iniciativas que ayuden a eliminar la alta mortandad de empresas en edad temprana.

- Reducción de Costos: Los costos son uno de los factores comúnmente más asociados a la falta de formalidad empresarial en los países. Estos en la mayoría de ocasiones están asociados a los trámites implícitos para la constitución legal de la empresa o el tiempo invertido para su correcta ejecución. A través de esta estrategia se busca trabajar de forma cohesionada con la reducción de trámites, identificado barreras de entrada y la ejecución de proyectos normativos que permitan su eliminación.
- Difusión de la información: Las asimetrías informáticas es una de las fallas de mercado que se han podido detectar dentro de la economía colombiana y latinoamericana (Perrotini, 2002)³², por lo cual se implementa esta estrategia a fin de suplir el déficit existente de información con que cuenta el empresario a la hora de crear empresa o de generar oportunidades de negocio.
- Control de la informalidad: En pro del correcto cumplimiento del objetivo estratégico del pilar se debe velar por un estricto control de la informalidad, pero esta no debe darse de manera coercitiva, sino por el contrario de una manera pedagógica que acompañe al empresario a insertarse al mundo empresarial desde la formalidad y la legalidad.

2.3.2 Financiamiento

La financiación es el combustible que mueve a las entidades productivas, de su correcto aprovechamiento y acceso depende el desenvolvimiento que estas puedan llegar a tener dentro de la economía nacional. Se debe velar, por generar las condiciones idóneas para promover una cultura de inversión, ampliación de los canales y métodos de financiamiento, la multiplicación de la oferta de iniciativas financieras y su correcta articulación con el ecosistema.

- Promoción de fondos de capital semilla y de riesgo en etapa temprana: Este tipo de financiamiento está ideado para la etapa inicial de las organizaciones, de manera que permita su creación, puesta en marcha y consolidación. A su vez, se debe promover que

³² Perrotini, I (2002), : "*La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta*", Revista aportes, México, ISSN (versión impresa) 1665-1219, Pág (62)

estas líneas de financiación se puedan articular con otros eslabones de la cadena financiación, para garantizar los niveles deseados de flujo de inversión dentro de todas las etapas de la actividad empresarial emprendedora.

Esto se puede conseguir mediante la implementación de programas enfocados a las primeras etapas del proceso de emprendimiento o mediante ajustes normativos que permitan su aparición y reproducción.

- **Redes y Ruedas de Inversión:** Mediante esta iniciativa se pretende brindar de espacios reales dónde puedan confluir las dos partes involucradas en el proceso, como lo son el financista y el financiado, dentro de un entorno donde las relaciones estén claramente expuestas dentro de la oferta y la demanda de productos y servicios financieros.
- **Fondos de capital privado y fondos de riesgo:** Con el propósito de asegurar el acceso a financiamiento en todas las etapas de la vida empresarial, es necesario generar instituciones sólidas que tengan claras las necesidades de las empresas y los empresarios en cada una de estas etapas. Los fondos de capital privado y los fondos de riesgo, tienen como objeto la inversión en empresas con gran potencial, pero que a la vez poseen un alto grado de incertidumbre, de allí que se consideren fondos de riesgo. A fin de explotar el mayor potencial de las compañías, para incrementar significativamente su valor, repercutiendo en una mayor competitividad tanto en el mercado local como en el plano internacional.
- **Banca de las Oportunidades:** Es un programa de inversión administrado por el Banco de Comercio Exterior – Bancoldex. Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en pobreza, hogares no bancarizados, microempresarios y pequeña empresa. Se enmarca dentro de la política de largo plazo del Gobierno Nacional, dirigida a lograr el acceso a servicios financieros para la población de bajos ingresos con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia³³. Dicha banca opera bajo sus propios recursos obtenidos de sus integrantes, entre los que se encuentran, bancos, compañías de financiamiento comercial, ONG's, cooperativas y cajas de compensación. Además, encamina los esfuerzos con el fin de propiciar las reformas necesarias al marco regulatorio, buscando cumplir con las metas específicas en materia de cobertura física y acceso a servicios financieros.
- **Fondo de Garantías Nacionales:** Establece la posibilidad de acceso a financiamiento a todas aquellas poblaciones que a la hora de generar Mipymes no cuentan con las garantías requeridas por las entidades financieras tradicionales.

³³ Definición tomada del portal web:

<http://www.bancadelasoportunidades.com/contenido/contenido.aspx?catID=298&conID=673>

2.3.3 Articulación

La articulación es la etapa final de la estrategia nacional y pretende la creación de un ecosistema nacional donde los actores se interrelacionen mediante el uso de las redes. La red es una plataforma de apoyo, donde el conjunto de actores interactúan y brindan servicios de desarrollo empresarial, articuladas en torno a una visión común, que en muchas ocasiones pretende proveer de servicios de desarrollo empresarial, productivo y competitivo a los diferentes segmentos poblacionales de manera inclusiva.

La red cobra importancia en dos niveles. A nivel interno, se constituye como una plataforma que genera valor y promueve la eficiencia y la calidad de las instituciones asociadas al tema de emprendimiento e innovación. A nivel externo, por ser el espacio donde convergen las empresas sin importar su tamaño, a fin de encontrar información y diversos servicios que les permitan su correcto crecimiento y escalamiento empresarial, a través de la competitividad.

Esta iniciativa surge dentro de un marco político que promueve el emprendimiento y la innovación, debido a las iniciativas tanto del sector público como privado, respecto a la articulación y la calidad de los servicios empresariales. Estas iniciativas fueron acogidas para el desarrollo y posterior desenvolvimiento de las redes a nivel regional y nacional.

Gráfico 2. Aproximación gráfica de un ecosistema nacional de emprendimiento



Fuente: Prodem

Como se evidencia en la gráfica el nodo central del ecosistema es el proceso de gestación, puesta en marcha, crecimiento y escalamiento de las compañías, envueltas en un entorno que le permita avanzar dentro de cada una de las etapas y obtener los más grandes réditos de ellas.

2.4 Red Nacional de Emprendimiento

La red nacional de emprendimiento es la herramienta donde se desarrolla el ecosistema nacional de emprendimiento. En ella convergen todos los actores, tanto públicos como privados

que tienen incidencia nacional, en temas de emprendimiento e innovación. Es el mecanismo propuesto por la estrategia nacional de emprendimiento para facilitar la correcta articulación entre actores, entorno y objetivos estratégicos a fin de promover el crecimiento empresarial, económico y el desarrollo del país, mediante vehículos de productividad, asociatividad y competitividad.

Este espacio promueve procesos de emprendimiento y desarrollo empresarial a nivel nacional. Se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, sus actividades se encuentran enmarcadas en las disposiciones de la ley de fomento del emprendimiento (ley 1014 de 2006), por lo que en desarrollo de su objeto establece directrices orientadas a la promoción de la cultura empresarial del emprendimiento, formula un plan estratégico de emprendimiento para el país, conforma mesas de trabajo para convertirse en el interlocutor válido de las instituciones que ejecutan la política pública, articula organizaciones y promueve acciones conjuntas para aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos.

2.4.1 Miembros

De acuerdo a las disposiciones expuestas en la ley 1014 de 2006³⁴, la Red Nacional de Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo o quien haga sus funciones deberá estar conformado por los siguientes miembros:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
- Ministerio de Educación Nacional
- Ministerio de la Protección Social.
- La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
- Departamento Nacional de Planeación.
- Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
- Programa Presidencial Colombia Joven.
- Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.
- Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
- Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
- Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
- Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
- Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.

³⁴ De acuerdo al Art 5, de la ley 1014 de 2006.

- Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Gráfico 3. Miembros de la RNE



Fuente: Slideshare

2.4.2 Funciones de la RNE

Dentro de las funciones que se le han asignado a la RNE por la ley 1014³⁵, se encuentran:

- Proponer la instalación de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- Conformar las mesas de trabajo
- Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.
- Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos
- Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales

³⁵ Directrices delimitadas en el art 8 de la ley 1014 de 2006.

- Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial
- Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

2.4.3 Redes Regionales de Emprendimiento

Las redes regionales son las políticas en materia de emprendimiento aplicadas a cada uno de los departamentos que conforman el territorio colombiano. En teoría, tienen el mismo objeto y funciones de la RNE, pero dentro de un alcance que se limita a la región.

Al mismo tiempo las redes regionales alimentan de información de primera mano a la Red Nacional sobre las tendencias, oportunidades y problemáticas que se ciernen en cada departamento a fin de ejecutar las medidas correctivas que permitan el crecimiento local, regional y nacional.

Al tener un alcance reducido respecto de la Red Nacional, la conformación de miembros de la red también se ve alterada.

2.4.4 Miembros de la RRE

Los miembros de las redes regionales de emprendimiento son:

- Gobernación Departamental quien lo presidirá.
- Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
- Cámara de Comercio de la ciudad capital.
- Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
- Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
- Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
- Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
- Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
- Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
- Un representante de los gremios con presencia en la región.
- Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

3. REVISIÓN DEL ECOSISTEMA A TRAVÉS DE LA RNE.

Las redes son el vehículo de articulación del ecosistema nacional de emprendimiento. Esta promueve la relación entre los actores del emprendimiento, a través de la estrategia nacional de emprendimiento para facilitar el cumplimiento de objetivos estratégicos a fin de promover el crecimiento empresarial, económico y el desarrollo del país, mediante vehículos de productividad, asociatividad y competitividad.

Por esta razón se convierte en la herramienta a medir para determinar el clima del ecosistema, el grado de articulación e interrelación de los actores y la efectividad de las políticas implementadas en la estrategia nacional de emprendimiento.

3.1 Caracterización general

En el marco de la dinámica de la mesa nacional de emprendimiento, durante el año 2014, se desarrollaron actividades encaminadas a armonizar la oferta de competitividad y de emprendimiento del ecosistema nacional, con el fin de evitar la duplicidad de esfuerzos, fallas de mercado y deslocalización institucional, además de visualizar la situación actual del ecosistema nacional de emprendimiento y la efectividad de las políticas hasta ahora implementadas.

El estudio explorativo explicativo, estuvo basado por un método inductivo que permitiera analizar el caso particular de la RNE para extraer conclusiones de carácter general, a partir de las observaciones sistémicas de la realidad, empleando la observación y la experimentación se logran llegar a las generalidades que hechos que se repiten en el entorno. Por la naturaleza de los datos obtenidos se empleó generalmente una metodología cuantitativa, aunque en algunas casos específicos fue necesario el uso de indicadores mixtos; la investigación estuvo orientada a conclusiones y toma de decisiones, por el manejo de variables se estableció una investigación de campo y participativa.

La herramienta diseñada para la recolección de la información fue una ficha de mapeo que consta de cuatro secciones, la cual fue dirigida a todos los actores y participantes activos de la mesa técnica nacional.

3.2 Ficha de Mapeo

La herramienta empleada para la recolección de la información proveniente del ecosistema estuvo basada en la experiencia de la Mesa Técnica Nacional de Emprendimiento del año 2012 y el Comité Técnico Mixto de Investigación del año 2013. De dicha experiencia se pudo extraer una ficha de mapeo, que se encuentra dividida en cuatro segmentos, tal y cómo se evidencian a continuación.

3.2.1 Primer Segmento. Datos generales de para vincular instrumentos de competitividad empresarial

Gráfico4. Segmento1 de la Ficha de Mapeo del Ecosistema

FICHA MAPEO ECOSISTEMA

Hoy: 30-Aug-15

1. DATOS GENERALES DE PARA VINCULAR INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (Emprendimiento, Innovación, Desarrollo Empresarial)

1.1 Nombre del Instrumento

Tipo de instrumento: Código:
 URL del Instrumento:
 Nombre del Instrumento:
 Descripción:
 Entidad: Tipo: Dirección:
 Nombre Contacto: Correo: Teléfono:

1.2 Entidad Financiadora / Ejecutora

	Nombre Entidad	Sector Institucional	Detalle	Presupuesto (Millones de pesos corrientes)				
				2010	2011	2012	2013	2014
Entidad Financiadora 1								
Entidad Financiadora 2								
Entidad Financiadora 3								
Entidad Ejecutora 1								
Entidad Ejecutora 2								
Entidad Ejecutora 3								
CONTRAPARTIDA								
Suma Financiación:	\$ -		Suma Financiación:	\$ -		Disponible	\$ -	

Fuente: MinCIT

En esta sección se solicita a los actores información básica, como el nombre del instrumento (es importante aclarar que los actores deben diligenciar una ficha por cada instrumento de emprendimiento que posean); el tipo de instrumento; el nombre del actor (ya sea entidad, organización institución etc); datos de contacto y una breve descripción del instrumento.

En la zona 1.2 se encuentran los siguientes elementos y hacen referencia a:

- Entidad Financiadora: Entidad principal que financia con recursos en efectivo el instrumento, pero que no lo opera o ejecuta. Se define el nombre exacto de la entidad, el sector al cual pertenece, el detalle y el valor aportado al instrumento en pesos colombianos en el año 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014.

- Entidad Ejecutora: Entidad que opera o gerencia la implementación del instrumento (elaboración términos de referencia, lanzamiento, evaluación de propuestas, priorización y selección, legalización del contrato, ejecución e interventoría, liquidación). Se define el nombre exacto de la entidad, el sector al cual pertenece, y el valor aportado a la convocatoria en pesos colombianos como aporte a los convenios interadministrativos suscritos en los años 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014.
- Contrapartida (Entidad Aportante): Entidad que se adhiere a la convocatoria aportando recursos en efectivo en menor proporción que la entidad financiadora, como lo son: gobernaciones, alcaldías, cajas de compensación, cámaras de comercio, universidades, etc. Se define el nombre exacto de la entidad, el sector al cual pertenece, y el valor aportado al instrumento en pesos colombianos en los años 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014.

3.2.2 Segundo segmento. Clasificación del enfoque del instrumento

Gráfico 5. Segmento 2, Ficha de Mapeo del Ecosistema

2. CLASIFICACIÓN DEL ENFOQUE DEL INSTRUMENTO- Distribuya en porcentajes el total de recursos del instrumento en las celdas amarillas.				
Diligencie en % de apoyo presupuestal				
PROPOSITOS DEL INSTRUMENTO \ EJE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	DESCRIPCIÓN	2.1. DESARROLLO EMPRESARIAL	2.2. CIENCIA Y TECNOLOGÍA	2.3. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
2.a. Desarrollo de Capacidades en las Instituciones de Apoyo	Intervenciones que generan o consolidan las capacidades institucionales en la definición, diseño, planeación, ejecución, y evaluación de estrategias, programas y nuevos servicios para fortalecer la competitividad empresarial.			
2.b. Desarrollo de Capacidades en las Empresas - Sector Productivo-	Actividades de consolidación de capacidades internas en empresas que mejore su capacidad competitiva.			
2.c. Financiar Proyectos	Implementar las distintas fases de ejecución de proyectos específicos.			
0,00%				

2.4 Transversal / Vertical

VERTICAL-SECTORIAL
VERTICAL-SECTORIAL TRANSVERSAL

SECTOR

2.5 ESTADO DEL PROCESO
dd-mm-aaaa
Cerrado

Fecha Inicio

Fecha Finalización

Fuente: MinCIT

En esta sección se debe dividir los recursos financieros de manera porcentual entre los propósitos del instrumento y los ejes de competitividad empresarial. Además comprende los siguientes elementos

- Ejes de Competitividad Empresarial

- Desarrollo Empresarial

Comprende las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios para mejorar la productividad, eficiencia, planeación, gestión comercial, logística, calidad, gestión humana, gestión administrativa-financiera, mejoramiento de procesos, sistemas de evaluación de desempeño, sistema de compras, certificaciones de producto, internacionalización, organización, modernización de las empresas existentes a partir de un proceso de diagnóstico, plan de mejora, implementación y medición.

También comprende formación de personal en los niveles de educación superior: técnico, tecnológico, pregrado y posgrado (maestría, doctorado y posdoctorado). Capacitación y entrenamiento (aprendizaje en el puesto de trabajo) que involucren un grado de complejidad significativo en gestión de la innovación y la tecnología, y en temas relacionados.

Vinculación de graduados y posgraduados en las empresas e instituciones. Creación de vocaciones científicas e inventivas desde la educación preescolar y básica. Fortalecimiento del marco de cualificaciones y competencias.

- Ciencia y Tecnología

Incluye las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios para el apoyo a la investigación básica, estratégica y aplicada a través de organizaciones públicas y privadas: universidades, centros autónomos de investigación, centros de desarrollo tecnológico, parques tecnológicos y centros de gestión tecnológica.

Creación y fortalecimiento de procesos de transferencia de conocimiento y tecnología –Oficinas de transferencia de resultados de investigación y tecnología, spin-off universitarios, incentivos a la inversión privada para la creación de centros de investigación y desarrollo tecnológico.

- Emprendimiento e Innovación Empresarial.

Comprende las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios de apoyo a la creación de empresas: sensibilización, identificación oportunidades de negocios, formulación de modelos de negocios innovadores, prototipaje de producto y validación de mercado, capital semilla para la puesta en marcha de la nueva empresa, aceleración de negocios.

Apoyo a la innovación en producto, proceso, en la organización y en comercialización. Fortalecimiento de la oferta de financiación del emprendimiento a lo largo de la cadena. Fortalecimiento de la innovación del modelo de negocio, innovación social, Microfranquicias sociales con base en modelos empresariales.

Propósitos del instrumento

- Desarrollo de Capacidades en las Instituciones de Apoyo

Incluye las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios dirigidos específicamente a desarrollar capacidades de las instituciones del ecosistema de competitividad regional, es decir, mejorar el portafolio de servicios, procesos, conocimiento, técnicas, metodologías, tecnologías de las entidades públicas y privadas que prestan servicios de fortalecimiento de la competitividad a empresas y emprendedores.

- Desarrollo de Capacidades en las Empresas (Sector Productivo)

Comprende las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios de asistencia técnica directo a empresas para el mejoramiento de su productividad y competitividad a partir del desarrollo de capacidades internas a nivel organizacional, comercial, administrativo, técnico-operativo, logístico, entre otros.

- Financiar Proyectos

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios para financiar el desarrollo de proyectos específicos a empresas, emprendedores, personas naturales, entes territoriales, entidades de apoyo, y otras organizaciones, para el mejoramiento productivo, competitivo, o para el desarrollo de ciencia, tecnología, innovación o emprendimiento.

Transversal / Sectorial (Tipo De Convocatoria)*

- Transversal

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios de Competitividad Empresarial destinadas a apoyar actividades relacionadas con elementos transversales de la competitividad de cualquier sector o actividad económica, así como formación general de capital humano.

- Sectorial

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios de Competitividad Empresarial destinados a apoyar sectores o actividades económicas específicas. Ejemplo: Iniciativas de Clusters, Sectores del Programa de Transformación Productiva, formación específica para sectores priorizados, etc.

Estado Del Proceso

- Abierto

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios que a la fecha del diligenciamiento de la ficha se encuentra abierta para la presentación de propuestas.

- Cerrado

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios que a la fecha del diligenciamiento de la ficha se encuentra cerrada para la presentación de propuestas.

- Por Abrir

Son las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios que a la fecha del diligenciamiento de la ficha se encuentra en proceso de apertura para la presentación de propuestas, pero que ya tiene un presupuesto asignado y asegurado.

3.2.3 Tercer segmento. Clasificación de los usuarios

Gráfico 6. Tercer segmento de la Ficha de Mapeo del Ecosistema

3. CLASIFICACIÓN DE USUARIOS			
3.1 CLASIFICACIÓN USUARIO OBJETIVO (SI / NO)		SI Aplica / NO Aplica	
Personas Naturales			
Empresas (Adicional diligenciar 3.5, 3.6)			
Entidades de Apoyo			
Otras Organizaciones (Asociaciones, Gremios, Cámaras, etc)			
Entidades de Gobierno			
3.2 SERVICIOS SEGÚN PROCESO COMPETITIVO		SI Aplica / NO Aplica % Recursos Aprox.	
Mentalidad y Cultura (sensibilización)			
Alistamiento Capacidades (identificación)			
Diseño Estrategia (formulación)			
Implementación (puesta en marcha)			
Escalamiento (aceleración)			
3.3 ESTADO DE LA EMPRESA - ANTIGÜEDAD		SI Aplica / NO Aplica % Recursos Aprox.	
Emprendedores Potenciales (<0 años)			
Empresas Nacientes (0 - 1 años)			
Empresas Nuevas (1 - 3,5 años)			
Empresas Establecidas (>3,5 años)			
<div> <div> 3.4 SEGMENTO DE USUARIOS 1. Alta Formación Académica 2. Empresario Establecido 3. Emprendedor Serial 4. Alta Experiencia (ej. jubilados) 5. Intracúster 6. Alto Conocimiento del Sector 7. Colombianos en el Exterior 8. Replicador de Negocios Internacionales 9. Heredero Famiempresa 10. Con Talento - con experiencia 11. Emprendedor social 12. Sin Experiencia en el Negocio 13. En Condiciones Inestables (ej. víctimas, desplazados, etc) 14. En condiciones Extremas (ej. pobreza extrema y rural) </div> <div> 3.5 SEGMENTO DE USUARIOS SEGÚN TAMAÑO <i>Solo si atiende empresas (personas jurídicas)</i> SI Aplica / NO Aplica % Recursos Aprox. Microempresas Pequeñas Empresas Medianas Empresas Grandes Empresas 3.6 GRADO DE CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS EMPRESAS SI Aplica / NO Aplica % Recursos Aprox. Empresas sin Capacidad Empresas con Capacidad Incipiente (potencial) Empresas con Capacidad Mercado Nacional Empresas con Capacidad Mercado Internacional </div> </div>			

Fuente: MinCIT

Este segmento pretende obtener la explicación detallada de las características que tienen los segmentos de usuarios objetivos que tienen las convocatorias, programas, líneas de crédito o servicios, sobre los cuales se focaliza la razón de ser de la misma.

También se definen 14 segmentos, o tipos de emprendedores dentro de los cuales los 11 primeros responden a emprendimientos por oportunidad, mientras que los 3 últimos segmentos referencian emprendimientos por necesidad. Además pretende determinar que segmento de usuario según su tamaño (delimitado por la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004) se dirigen los instrumentos de emprendimiento.

Adicionalmente se busca información en torno a la aplicabilidad del instrumento en torno a la cadena de valor del emprendimiento en Colombia, la cual se encuentra constituida así:

Gráfico 7. Cadena de Valor del Emprendimiento

Fuente: Mesa Técnica de Emprendimiento

Servicios de Mentalidad y Cultura Competitiva (sensibilización): En esta etapa se promueve la cultura de la competitividad empresarial, generando conciencia sobre la importancia y beneficios de una estrategia empresarial basada en la competitividad e innovación, que se logra mediante el compromiso de los directivos y empleados a partir de la transformación de paradigmas, modelos mentales y formas de pensar que motiven la acción. Esta etapa incluye: cultura de la competitividad e innovación, cultura organizacional, beneficios y oportunidades de la innovación, compromiso equipo directivo, direccionamiento estratégico, visión de expansión, la innovación en todos los procesos organizacionales, entre otros.

Servicios de Alistamiento de Capacidades (identificación): En esta etapa se desarrollan capacidades competitivas y habilidades de productividad en el talento humano, identificando y reconociendo oportunidades, problemas o necesidades de la empresa a través de diferentes técnicas. La competitividad se alinea a la estrategia empresarial a través del diseño de políticas de innovación y competitividad implementándose el sistema de gestión del cambio competitivo. Esta etapa incluye: Identificación de áreas improductivas, cuellos de botella, core competencias, core business, identificación de ideas de negocios, procesos de pensamiento de diseño, extensionismo tecnológico, etnografía y entendimiento del consumidor, generación y gestión de Ideas, alinear la innovación con la estrategia, adopción de tecnologías simples, optimización de métodos y tiempos, desarrollo de capacidades, entrenamiento empleados, puesta en marcha sistema gestión de la innovación, plan de competitividad e Innovación, entre otros.

Servicios de Diseño de Estrategia (formulación): Al interior de las empresas se trabaja en el diseño, conceptualización y desarrollo de estrategias competitivas para desafiar los modelos de negocios tradicionales enfocados a la innovación de producto, proceso, comercial y organizacional, con diversos grados de complejidad e impacto en la estructura productiva de la empresa, adoptando y mejorando de rutinas y prácticas de gestión de la competitividad e innovación. Esta etapa incluye: Diseño de conceptos innovadores, diseño modelo de negocios, diseño industrial de productos, diseño organizacional, diseño de procesos, diseño plan comercial, diseño estrategias de posicionamiento, diseño de estrategias de crecimiento, expansión e internacionalización, pensamiento de diseño (Design Thinking) y visual, definición de segmento estratégico, diseño ingeniería, investigación y desarrollo, diseño estructural y detallado, diseño de prototipos, pruebas de concepto y validación, entre otros.

Servicios de Implementación (puesta en marcha): En esta etapa se implementa la estrategia competitiva en el mercado, así como en los usuarios, beneficiarios ó empleados, creando valor a partir de la diferenciación ó novedad, ajustando los procesos del modelo de operación, la estrategia comercial, las redes de aliados, el modelo de negocio, asegurando la calidad, originalidad y sofisticación de la propuesta de valor. Esta etapa incluye: Sistema productivo mejorado, estructura Operativa, Redes Abastecimiento, Canales Distribución, Transformación, Lanzamiento Producto o servicio, Implementación Estructura Organizativa, Implementación Estrategia Comercial, Posicionamiento, Calidad, Ingeniería Industrial, Optimización costos, Redes Outsourcing, Modelos de clúster.

Servicios de Escalamiento (aceleración): En esta etapa se desarrollan procesos de replicabilidad y escalabilidad del modelo de negocio, se implementan planes de expansión, internacionalización, también se definen métricas que permiten dimensionar el impacto económico y social que ha tenido el incremento de la competitividad sobre las ventas, la productividad, eficiencia, crecimiento, rentabilidad, motivación laboral, calidad en los empleos, impactos sociales y ambientales. Esta etapa incluye: Ventas, precio, participación mercado, productividad, reputación de productos, satisfacción del cliente, eficiencia, crecimiento, rentabilidad, impactos sociales, impactos ambientales, empleos directos, empleos indirectos, impuestos tributados, inversión privada directa, patentes, modelos de utilidad, licencias, royalties – regalías, nivel satisfacción, entre otros.³⁶

3.2.4 Indicadores de resultados y metas 2014

Gráfico 8. Cuarto segmento de la ficha de mapeo de la RNE

4. INDICADORES DE RESULTADOS Y METAS 2014					
INDICADOR ESTANDARIZADO	2010	2011	2012	2013	2014 (Meta)
Otras ¿Cuáles?					

Fuente: MinCIT

Establecer los Indicadores de Resultados con base en los proyectos apoyados, las gestiones realizadas y los usuarios atendidos.

Proyectos

- Proyectos Líneas Crédito (Crédito Desarrollo Tecnológico e Innovación).

³⁶ Definiciones suministradas por William Pérez Cotrino, Gerente del área de Emprendimiento e Innovación del MinCIT

- Proyectos Cofinanciación NO Reembolsable (Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación, Emprendimiento – (Capital Semilla – EDI), Desarrollo y Fortalecimiento
- Empresarial, Fortalecimiento Institucional, Misiones Tecnológicas o Comerciales, Proyectos de Beneficios Tributarios, Proyectos Regalías).
- Proyectos Estructurados (Proyectos de Innovación Formulados, Planes de Negocio Formulados).
- Otros

Gestiones

- Conferencias-Talleres-Eventos, etc. (Conferencias-Talleres-Eventos Realizados, Empresas capacitadas, Personas Naturales capacitadas, Usuarios -instituciones-capacitadas).
- Estudios Regionales o Sectoriales (Estudios Regionales o Sectoriales, Planes Regionales/Departamentales/Sectoriales).
- Fondos Constituidos (Fondo de Capital Privado).
- Redes constituidas (Red Ángeles Inversionistas, Redes de Conocimiento).
- Resultados de Proyectos (Patentes).
- Transferencia Tecnológica (Proyectos con tecnologías a transferir).

Usuarios

- Empresas y emprendimientos (Empresas beneficiadas con créditos, Emprendimientos Atendidos, Empresas atendidas, Unidades productivas - Microempresas apoyadas).
- Entidades de Gobierno (Alcaldías Municipales, Gobernaciones Departamentales, Entidades de Gobierno -Instituciones-).
- Organizaciones de apoyo (Instituciones de apoyo beneficiadas).
- Otras Organizaciones (Ángeles Inversionistas, Cadenas Productivas, Cámaras de Comercio Fortalecidas, Comisiones de Competitividad Fortalecidas, Consejos Departamentales de CTI Fortalecidos, Redes Regionales de Emprendimiento Fortalecidas, Consejos Regionales de PYME Fortalecidos, Comités Universidad-Empresa-Estado Fortalecidos, Comités Departamentales de Turismo, Gremios y Asociaciones Fortalecidas).
- Personas Naturales (Emprendedores, Doctores beneficiados, Magister beneficiados, Jóvenes Investigadores e Ingenieros beneficiados, Consultores-Gestores-otros, Formación en Competencias, Personas Naturales beneficiadas con proyectos, Unidades productivas Agroindustriales, Desplazados o Población Vulnerable).

Meta 2014

Establecer las metas con base en los proyectos apoyados, las gestiones realizadas y los usuarios atendidos con base en el listado anterior.

3.3 Recopilación de la información

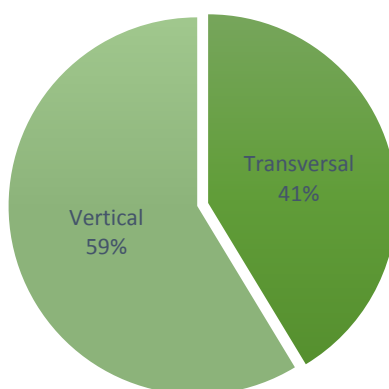
Con la información obtenida a través de la ficha de mapeo se obtuvo una base de datos donde se compiló la información, para proceder con el estudio del ecosistema (Ver archivo anexo).

3.4 Resultados

3.4.1 Naturaleza de los Instrumentos

Como se puede observar en la gráfica siguiente, encontramos que el 41% de los instrumentos mapeados son instrumentos destinadas a apoyar actividades relacionadas con elementos transversales de la competitividad de cualquier sector o actividad económica, así como formación general de capital humano. En contrapartida tenemos que el 59 % de los instrumentos están destinados a apoyar sectores o actividades económicas específicas

Gráfico 9. Naturaleza del Instrumento



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Elaboración Juan Pablo Torres

3.4.2 Enfoque de los instrumentos

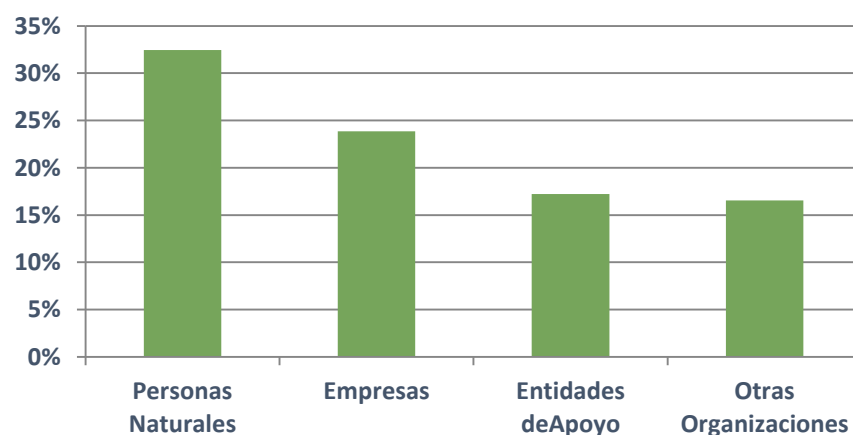
El 91.35% de los instrumentos en el ecosistema son de apoyo técnico (soporte no financiero) el cual provee el acompañamiento a emprendedores desde la concepción de su iniciativa empresarial hasta la puesta en marcha de la empresa y posterior aceleración, mientras el 6.17%

es conformado por instrumentos que facilitan el acceso al financiamiento por parte de emprendedores y empresas de reciente creación.

3.4.3 Clasificación usuarios objetivo

En cuanto a los usuarios objetivos, se encontró en términos generales un adecuado balance del enfoque de los instrumentos, al no existir ninguna concentración en ninguno de los grupos analizados. En mayor medida, estos se enfocan a personas naturales con un 32%, seguido por las personas jurídicas con un 24%, las entidades de apoyo, las cuales representan a las entidades públicas, privadas o mixtas que prestan servicios para el fortalecimiento de la competitividad y emprendimiento con un 17% y finalmente, otras entidades como cámaras de comercio, fundaciones, corporaciones y asociaciones privadas que de forma conexas apoyan el desarrollo empresarial y la competitividad con una representatividad del 17%.

Gráfico 10. Usuarios Objetivo



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

3.4.4 Segmentos Usuario Objetivo – Tamaño de las Empresas

En lo referente a los porcentajes de los instrumentos focalizados a empresas, tenemos que el 9% están enfocados hacia las grandes empresas, el 16% hacia las pequeñas empresas, el 27% hacia las pequeñas empresas y el 49% hacia las microempresas.

Cabe resaltar que las entidades del ecosistema de emprendimiento colombiano están comprometidas en gran medida y le dan cierta prioridad a las Mipymes, teniendo en cuenta que en la mayoría de casos, son ellas, las que requieren de mayor apoyo para iniciar, consolidar o acelerar sus emprendimientos.

3.4.5 Focalización Actual

Ahora bien, es necesario identificar la focalización actual de las instituciones de acuerdo a las etapas de la cadena de emprendimiento. A nivel general la etapa “sensibilización” cuenta con 55 instrumentos encaminados hacia la generación de conciencia sobre la importancia y los beneficios que trae consigo implementar acciones enfocadas a promover la cultura del emprendimiento, competitividad e innovación.

En el segundo eslabón denominado “identificación”, se encuentran 57 instrumentos encaminados a desarrollar capacidades competitivas y habilidades de productividad en el talento humano, identificando y reconociendo oportunidades, problemas o necesidades de la empresa a través de diferentes técnicas.

En el tercer eslabón “formulación”, se encuentran 58 instrumentos, los cuales buscan apoyar en la formulación, conceptualización y desarrollo de planes estratégicos de negocios encaminados a la innovación, al diseño de conceptos, organizacional, de procesos, estrategias de posicionamiento y demás, que ayuden a generar impacto en la estructura productiva de la empresa y afianzando prácticas de gestión de la competitividad e innovación.

En el cuarto eslabón “puesta en marcha” se tienen 52 instrumentos, que soportan la ejecución de la estrategia competitiva en el mercado, así como en los usuarios, beneficiarios ó empleados, creando valor a partir de la diferenciación ó novedad, ajustando los procesos del modelo de operación, la estrategia comercial, las redes de aliados, el modelo de negocio, asegurando la calidad, originalidad y sofisticación de la propuesta de valor.

Finalmente está el quinto eslabón denominado “aceleración”, en el cual hay 30 instrumentos que incentivan el desarrollo de planes de expansión e internacionalización de las empresas, planes de replicabilidad y escalabilidad del modelo de negocio, entre otros, los cuales pretenden que las empresas tengan un ritmo de crecimiento a niveles superiores de la industria y generen nuevas plazas de empleo.

En términos generales se evidencia que en la cadena de valor existen un número equilibrado de instrumentos en los primeros 4 eslabones de la cadena, no obstante si tenemos en cuenta la realidad del país y los resultados arrojados de los diferentes análisis realizados al ecosistema,

como por ejemplo el realizado por CONFECAMARAS en el año 2011³⁷, en los cuales se sugieren que el emprendimiento no está lo suficientemente difundido y apropiado en el país, además que la noción que se maneja es relativamente convencional y desactualizada, nos lleva a pensar que las entidades deberían tener mayoritariamente oferta encaminada a sensibilizar y promover la cultura de emprendimiento y competitividad colombiana.

Una vez se fortalezca este primer eslabón se podría obtener un número adecuado de emprendedores que alimenten el sistema, generen planes de negocio, fortalezcan su negocio y tengan la oportunidad de acelerar e internacionalizar sus negocios.

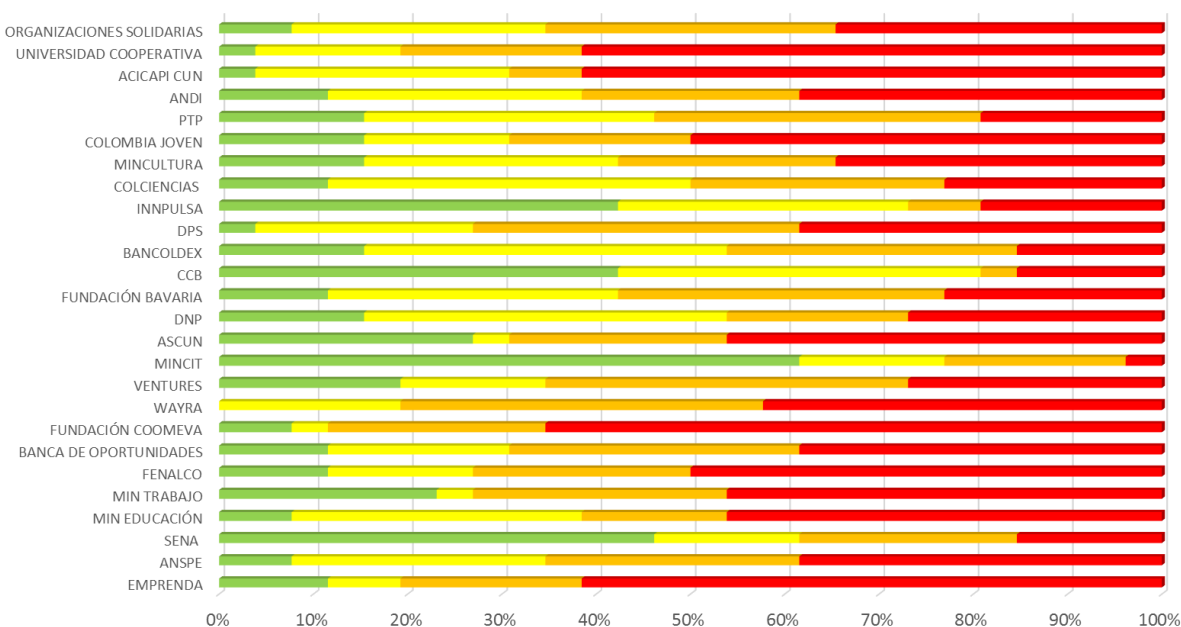
3.4.6 Relaciones interinstitucionales – Nivel de articulación

Con el fin de determinar el nivel de articulación de los integrantes de la mesa nacional de emprendimiento se desarrolló un análisis de redes sociales, el cual produjo los siguientes resultados:

- La tendencia de las entidades a generar relaciones simétricas, es decir de doble vía, es de un 0,74, donde 1 es un nivel de reciprocidad perfecto
- Los resultados arrojan que los actores de mayor reciprocidad en la red son: 1. MinCIT (1,00), 2. SENA (1,00), 3. iNNpulsa (0,947), 4. CCB (0,944) y 5. ASCUN (0,909)
- Los actores de menor reciprocidad son: 1. Fundación Coomeva (0,412), 2. EMPRENDIA (0,556), 3. FENALCO (0,579), 4. Colombia Joven (0,600), 5. Mineducación (0,600).

Por otro lado, analizando el grado de articulación de las entidades (Fuerte, moderada, débil o nula), tal y como se observa en la gráfica 8, encontramos que las instituciones que manejan relaciones fuertes con el ecosistema son iNNpulsa con un 42%, MinCIT con 61%, la Cámara de Comercio de Bogotá con un 42% y el SENA con un 46%.

³⁷ Diagnóstico y Planes de Acción, Sistema nacional de incubación en Colombia, convenio de cooperación Ministerio de Comercio Industria y Turismo – CONFECAMARAS, 2011.

Gráfico 12. Relación entre instituciones actuales

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Las entidades que tienen un el mayor porcentaje de relacionamiento nulo son Fundación Coomeva con un 65%, seguido de la Universidad Cooperativa de Colombia y ACICAPI CUN con un 63%, EMPREDA con un 62%, Colombia Joven con un 51% y ASCUN con un 48%.

Ahora, observando la gráfica anterior se observa qué: el número de actores es 27, el número de posibles relaciones es de 650 y el número de relaciones existentes es de 431, la proporción de relaciones existentes en relación a las posibles es del 66,3%.

Por último, analizando el porcentaje de relaciones que se tienen en tres sentidos o en forma de triada entre los actores de la mesa nacional, se encuentra en un 54,58%. Sin embargo este porcentaje resulta ser insuficiente si se desea logra una fuerte y prolongada articulación entre las instituciones.

3.5 Análisis del ecosistema

3.5.1 Principales “cuellos de botella” del ecosistema

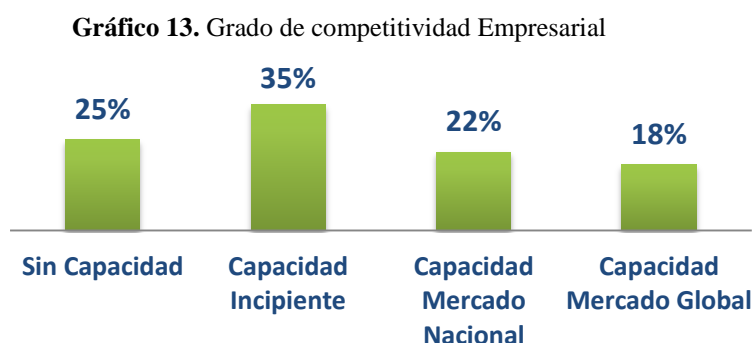
3.5.1.1 Segmentos de emprendedores más desatendidos

Dentro de los resultados que soportan el presente informen, se percibe que los segmentos más desatendidos en el ecosistema, debido a la baja oferta enfocados a ellos son: herederos

famiempresa con 11 instrumentos, replicadores de negocios internacionales con 12 , colombianos en el exterior con 9, emprendedores intraculster con 9, con alta experiencia (jubilados) con 12 y emprendedores seriales con 12 instrumentos.

3.5.1.2 Tipos de emprendimiento más desatendidos.

Así mismo tenemos que en los instrumentos que están enfocados exclusivamente a empresas, el 25% están enfocados a aquellas que no poseen ninguna característica competitiva, el 35% a empresas que reúnen condiciones favorables para ser competitivas, es decir, tienen las bases e intención para iniciar un proceso de fortalecimiento competitivo, el 22% a empresas que cuentan con la capacidad de competir en el mercado nacional y el 18% con capacidad de incursionar o expandir sus negocios a nivel internacional, como los muestra la siguiente gráfica:



Fuente: Mesa Técnica Emprendimiento

3.5.1.3 Concentración de servicios en el proceso emprendedor

A nivel general la etapa de formulación se destaca por ser la etapa en la que la mayor parte de instituciones hacen presencia con sus instrumentos (65,9%). las etapas identificación, sensibilización y puesta en marcha presentan un porcentaje de participación muy similar al primero con un 64,8%, 62,5% y 59,1% respectivamente. Finalmente se ubica en el último lugar por la cantidad de instrumentos el eslabón de aceleración con participación del 34,1 %.

Lo anterior evidencia que no existe una concentración de servicios en ninguno de los alguno de los cinco eslabones de la cadena de emprendimiento.

3.5.1.4 Segmentos de emprendedores más atendidos

El Gráfico 14 muestra en que porcentaje de los instrumentos mapeados, cubren los 16 segmentos de emprendedores establecidos para la caracterización. De acuerdo a esto, vemos como los

segmentos descritos como, emprendedor sin experiencia en el mercado con 39, en condiciones inestables con 30, en condiciones extremas con 32 y empresarios establecidos con 33 instrumentos, son los que tienen mayor cobertura

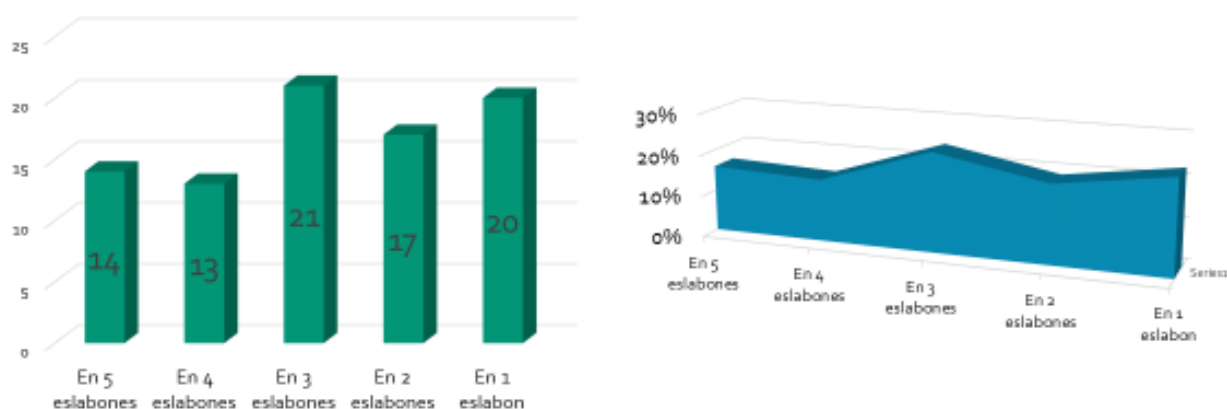
Gráfica 14. Número de Instrumentos por segmentos de emprendedores



Fuente: Mesa Técnica Emprendimiento

3.5.1.5 Desfocalización institucional

La gráfica 15 nos sugiere que las entidades no están enfocadas en atender o abarcar todos los eslabones de la cadena de valor del emprendimiento. Lo anterior se evidencia si se tiene en cuenta que tan solo 14 instrumentos abarcan los 5 eslabones y 13 se sitúan en 4 eslabones, para un total entre los dos de un 30,7% del número global de instrumentos. No obstante, lo ideal en un ecosistema de emprendimiento es que este número este muy cerca al 0%, para contar con un mayor grado de especialización de los instrumentos.

Gráfica 15. Concentración de Instrumentos

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

De la misma forma tenemos que 21 instrumentos abordan 3 eslabones, 17 están presentes en 2 y 20 instrumentos están especializados en uno solo eslabón.

3.6 Instrumentos más desfocalizados.

A continuación se relacionan tanto las entidades y sus instrumentos que se encuentran en un mayor grado de desfocalización, teniendo en cuenta que sus instrumentos o algunos de ellos están presentes en 4 o 5 eslabones de la cadena de valor.

Dentro de las entidades que tienen sus instrumentos ubicados en 4 segmentos (14,8%) tenemos:

✓ **ANSPE:** Los cuatro instrumentos que tiene la entidad están, ubicados en 4 eslabones

- Sistema manejo de residuos sólidos
- Proyecto de innovación social- musa
- Organización de mujeres jóvenes en Pueblo Viejo
- Innovación rural participativa en la Corporación PBA

✓ **SENA:** De 3 instrumentos en total, 2 están ubicados en 4 eslabones

- Asistencia Al Desarrollo Empresarial, Emprendimiento y Empresarismo
- ✓ **DPS:** Sus 2 instrumentos están ubicados en 4 eslabones
 - Capitalización
 - Ventanilla Única
- ✓ **MinCultura:** De 5 instrumentos en total, 2 están ubicados en 4 eslabones
 - Laboratorio nacional de emprendimiento c3+d
 - Formación en emprendimiento cultural
- ✓ **Innpulsa Colombia:** De 19 instrumentos en total, 1 están ubicados en 4 eslabones
 - Convocatoria Cee03- Innovación Abierta
- ✓ **Emprenda:** El único instrumento que reporta, se encuentra en 4 eslabones
 - Portafolio Servicios
- ✓ **ISPA:** El único instrumento que reporta, se encuentra en 4 eslabones
 - Programa de desarrollo empresarial para microempresarios locales

Dentro de las entidades que tienen sus instrumentos ubicados en 5 segmentos (15,9%) tenemos:

- ✓ **MinCIT:** De 9 instrumentos en total, 8 están ubicados en 5 eslabones
 - Convocatoria fortalecimiento empresarial población víctima
 - Grupo de ahorro y crédito local
 - Microfranquicia para población víctima de la violencia y del conflicto
 - Programa de desarrollo de proveedores BDP
 - Fortalecimiento de comunidades y organizaciones indígenas
 - Ruedas sociales de negocio
 - Premio colombiano a la innovación empresarial en las MiPymes
 - Centro de desarrollo empresarial metodología SBDC
- ✓ **Bavaria:** De 3 instrumentos en total, 1 está ubicado en 5 eslabones
 - Programa camino al progreso

- ✓ **Innpulsa:** De 19 instrumentos en total, 2 están ubicados en 5 eslabones
 - Innpulsa - eventos mentalidad y cultura
 - Agencia de noticias Colombia Inn
- ✓ **EAN:** Su Único Instrumento reportado está ubicado en 5 eslabones
 - IN3 (Innova - Incuba - Integra)
- ✓ **CCB:** Su Único Instrumento reportado está ubicado en 5 eslabones
 - Bogotá Emprende
- ✓ **Bancoldex:** Su Único Instrumento reportado está ubicado en 5 eslabones
 - Líneas de redescuento población víctima

Recomendación de focalización de instrumentos.

Conforme con los datos anteriores, se recomienda que las entidades que tienen sus instrumentos localizados en 4 y 5 eslabones, realicen un trabajo de focalización mayor al resto de las entidades, principalmente ANSPE, CCB, DPS, Bancoldex, Empresa, ISPA, los cuales tienen sus instrumentos con un porcentaje de desfocalización de un 100%, seguido por el MinCIT con un 88,9%, el SENA con un 66,7%, la EAN con un 50%, MinCultura con el 40%, Bavaria con el 33,3% y finalmente Innpulsa con un 10,5%.

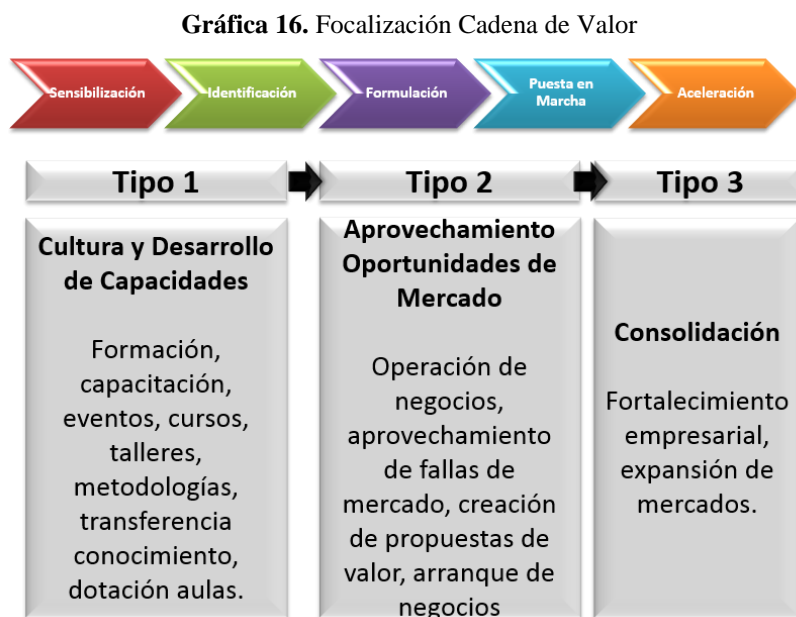
De la misma forma se aconseja que las entidades que tienen sus instrumentos parcialmente desfocalizados, es decir en tres eslabones, también continúen realizando esfuerzos en este sentido, especialmente Wayra, ASCUN, Universidad Antonio Nariño, Corpoica, Ventures, los cuales tienen un 100% de sus instrumentos en tres eslabones, seguido de la Universidad INNCA y Minci con un 50%, MinCultura con un 40%, Bavaria y la Universidad Gran Colombia con un 33,3%, Innpulsa con el 31,5%, Fenalco y Colciencias con un 16,6% y el MinCIT con el 11,1%.

Del mismo modo, teniendo en cuenta que la focalización de los instrumentos permite que las entidades concentren sus esfuerzos en sus principales habilidades y competencias, y además que

se puedan articular con otros instrumentos para completar una oferta integral a los emprendedores, se sugiere que las instituciones continúen realizando los ejercicios de focalización tanto en la cadena de valor, como por tipos de emprendimiento. A continuación se explican estas clases de focalización

3.6.1 Focalización por la cadena de valor del emprendimiento

Este tipo de focalización busca que los instrumentos máximo se ubiquen en dos eslabones de la cadena, con el fin que las entidades se concentren en sus principales fortalezas y en roles misional, y por otra parte que los emprendedores tengan una mayor facilidad y entendimiento de los instrumentos a los que pueden acceder dependiendo de su estado del emprendimiento. Los tres tipos de focalización son:



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Tipo 1: Recoge las etapas de Sensibilización e Identificación, donde se intenta crear mentalidad y cultura competitiva, una visión de expansión, un cambio de forma de pensar, un desarrollo de capacidades, competencias y habilidades y la identificación de las necesidades del mercado.

Tipo 2: Recoge las etapas de formulación y puesta en marcha, donde se intenta crear el diseño de modelo de negocio, las estrategias competitivas, la implementación de la estrategia, el plan de negocio y el comienzo del proceso de penetración del mercado del emprendimiento

Tipo 3: Recoge la última etapa, Aceleración, donde se busca el escalamiento, expansión e internacionalización de la empresa, para lograr el incremento de la competitividad sobre las ventas, la productividad, eficiencia, crecimiento y rentabilidad.

3.6.2 Focalización por tipo de emprendimiento:

Debido a la importancia de generar emprendimientos cada vez de mayor impacto, basados en innovación y que aplaquen los sectores estratégicos del país, se recomiendan a las entidades que adapten o creen nuevos instrumentos que le permitan a los emprendedores escalar de una fase a la otra, es decir, que generen las condiciones necesarias para que sin importar la clase de emprendimiento, al final tengan un alto potencial de crecimiento, un modelo de negocio replicable, orientado a mercados globales y con altos grados de diferenciación e innovación.

Para lograrlo las entidades primero deben detectar en cuál de las fases su instrumento se encuentra, teniendo como base que solo puede ser una, para después articularse con otros instrumentos de características y segmentos similares.

Figura 17. Focalización por tipo de Emprendimiento



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Posteriormente se debe definir los requisitos mínimos, en los cuales debe predominar la innovación en la configuración de los productos y/o servicios así como en sus modelos de negocios, siempre teniendo en cuenta las tendencias nacionales e internacionales. Igualmente se hace necesario tener claridad de las características de los tipos de emprendimiento para que

sirvan como insumo para cada caso en particular. A continuación se definen y muestran las características de cada tipo.

Emprendimiento por Necesidad: Son emprendimientos desarrollados por aquellos individuos que no cuentan con oportunidades de trabajo y deciden poner en marcha una empresa como forma de generar algún ingreso. A continuación se relacionan sus características:

- ✓ **Emprendimiento por Subsistencia (BID):** Emprendimientos dirigidos a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación, ni visión de crecimiento.

Características:

- Inversión inicial proyectada en el primer año inferior a \$25 millones de pesos.
- Generan muy pocos excedentes económicos.
- Productos de imitación, de menor costo, de baja calidad o sin generación de valor agregado.
- Informalidad elevada y alta vinculación de la familia en el negocio.
- Emprendedor individual o autoempleado, en ciertos casos excluido del mercado laboral, cuando emplean mano de obra generalmente es familiar.

- ✓ **Emprendimiento Tradicional (FOMIN):** Emprendimientos que se caracterizan por tener un potencial realizable de crecimiento medio, gracias a la organización de la estructura empresarial.

Características:

- Inversión inicial proyectada en el primer año inferior a \$100 millones de pesos.
- Productos o Servicios sin diferenciación.
- Sectores con bajas barreras de entrada.
- Enfocado a mercados locales y tradicionales.
- Generalmente emplean mano de obra capacitada.
- Opcionalmente usan tecnologías simples o mejoradas.
- Generalmente están Formalizadas

Emprendimiento por Oportunidad: Son emprendimientos desarrollados por aquellos individuos que deciden poner en marcha una empresa con conocimiento previo del entorno de mercado. Sus características son:

- ✓ **Emprendimiento Dinámico (MinCIT):** Emprendimientos con potencial de convertirse en una mediana empresa en poco tiempo, donde el conocimiento, el talento humano y la gestión tecnológica, acceso a recursos de financiación/inversión, gobierno corporativo son fundamentales para crecer por encima del promedio.

Características:

- Inversión inicial superior a \$100 millones de pesos en el primer año.
- Cambia la forma de hacer los negocios (Transforma Reglas de la Industria) anticipándose al futuro (tendencias).
- Intensivo en Conocimiento con propuestas de valor diferenciadas ó innovadores.
- Modelo de Negocio replicable, orientado a mercados globales (nacionales e internacionales).
- Equipo de emprendedores con experiencia laboral-empresarial previa o formación universitaria.
- Implementan procesos de protección de Marca, denominación de origen o propiedad intelectual.

- ✓ **Emprendimiento de Alto Impacto (MinCIT):** Emprendimientos basados en un alto grado de diferenciación e incluso de innovación y en una clara voluntad de acumulación (muy por encima de la media de su sector) como para al menos convertirse en una mediana empresa.

Características:

- Inversión inicial superior a \$100 millones de pesos.
- Enfocada a tener ventas por encima del promedio de la industria
- Implementación de prácticas de Gestión del Conocimiento
- Implementación de prácticas de Gestión de la Innovación ó Tecnológica.
- Implementación de prácticas de Gestión del Talento Humano
- Implementación de Gobierno Corporativo

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Cifras de la investigación

De acuerdo al trabajo de caracterización del ecosistema nacional de emprendimiento realizado en el marco de la dinámica de la mesa nacional de emprendimiento durante el 2014, se encontraron principalmente los siguientes resultados:

- El 41% de los instrumentos mapeados son instrumentos destinadas a apoyar actividades relacionadas con elementos transversales de la competitividad de cualquier sector o actividad económica, así como formación general de capital humano. En contrapartida tenemos que el 59 % de los instrumentos están destinados a apoyar sectores o actividades económicas específicas.
- El 91.35% de los instrumentos en el ecosistema son de apoyo técnico (soporte no financiero) el cual provee el acompañamiento a emprendedores desde la concepción de su iniciativa empresarial hasta la puesta en marcha de la empresa y posterior aceleración, mientras el 6.17% es conformado por instrumentos que facilitan el acceso al financiamiento por parte de emprendedores y empresas de reciente creación
- Los instrumentos se enfocan a personas naturales en un 32%, seguido a personas jurídicas con un 24%, a entidades de apoyo en un 17% y finalmente, a otras entidades como cámaras de comercio, fundaciones, corporaciones y asociaciones privadas que de forma conexas apoyan el desarrollo empresarial y la competitividad en un 17%.
- En lo referente a los porcentajes de los instrumentos focalizados a empresas, tenemos que el 9% están enfocados hacia las grandes empresas, el 16% hacia las pequeñas empresas, el 27% hacia las pequeñas empresas y el 49% hacia las microempresas
- Dentro del enfoque actual de las instituciones y sus instrumentos de acuerdo a las etapas de la cadena de valor de emprendimiento, tenemos que a nivel general la etapa de formulación se destaca por ser la mayor participación tiene con un 65,9%. Las etapas de identificación, sensibilización y puesta en marcha presentan un porcentaje de participación muy similar al primero con un 64,8%, 62,5% y 59,1% respectivamente. Finalmente se ubica en el último lugar el eslabón de aceleración con participación del 34,1 %.
- Dentro de los resultados que soportan el presente informe, se percibe que los segmentos más desatendidos en el ecosistema, debido a la baja oferta enfocados a ellos son: herederos famiempresa con 11 instrumentos, replicadores de negocios internacionales con 12 , colombianos en el exterior con 9, emprendedores intraculster con 9, con alta experiencia (jubilados) con 12 y emprendedores seriales con 12 instrumentos.
- En cuanto a los segmentos con mayor cobertura de instrumentos tenemos a los emprendedores sin experiencia en el mercado con 39 instrumentos del total, seguido por emprendedores en condiciones inestables con 30, en condiciones extremas con 32 y empresarios establecidos con 33 instrumentos.

- Realizando el análisis de desfocalización de los instrumentos se encontró que, 14 instrumentos abarcan 5 eslabones de la cadena de valor de emprendimiento, y 13 se sitúan en 4 eslabones, para un total entre los dos de un 30,7% del número global de instrumentos. De la misma forma tenemos que 21 instrumentos abordan 3 eslabones, 17 están presentes en 2 y 20 instrumentos están especializados en uno solo eslabón.

4.2 Conclusiones

Al hacer una síntesis de la mirada macro del emprendimiento en Colombia, a través de sus actores es posible evidenciar una serie de factores que influyen tanto de manera positiva como negativa para el desarrollo de la cultura nacional de gestación empresarial con base en el emprendimiento y la innovación.

Dentro de los cinco grandes elementos estratégicos para la creación e implementación de una asertiva estrategia nacional de emprendimiento, es posible evidenciar que:

- A nivel de estrategia: Si bien es uno de los puntos más fuertes con que cuenta Colombia dentro de su entorno, ya que se encuentra debidamente incrustado y apoyado dentro de un marco normativo y jurídico estructurado, fuerte, transparente, pero aquellas iniciativas que resultaban provechosas durante la gestación de la Política Nacional de Emprendimiento en el año 2009, ya no lo son de igual manera en el proceso de transición que se encuentra el país. Por tal motivo, se hace necesaria una actualización del marco pero basada en el mismo principio que se estipuló en el año 2009.
- A nivel de la optimización del entorno: Se han venido adelantando acciones en torno a la reducción de trámites y requisitos para la creación de empresas, pero estas deben de ser escaladas mediante nuevas legislaciones que permitan el replicamiento del espíritu emprendedor.
Aún existe bastante informalidad, es un problema que se debe confrontar para promover la competitividad y la generación de ventajas para el país.
- Educación y Cultura: Es probablemente el aspecto en el que se encuentra más relegado el país. No se ha implementado a todos los niveles educativos, además, los centros educativos y los sistemas empresariales aún se encuentran bastante separados en sus lineamientos de estudio.
Hace falta la implementación de la cátedra de emprendimiento estipulada por la ley 1014 de 2006 en todos los niveles de educación para fomentar el emprendimiento.
- A nivel Financiero: A priori se piensa que la escasez de este recursos es el principal obstáculo que enfrentan los emprendimientos para su correcta realización, pero a través del estudio se ha podido determinar que la cantidad de recursos financieros es suficiente

para cubrir la demanda del ecosistema. El problema radica en la promoción, información y distribución de estos recursos entre los segmentos poblacionales.

- A nivel de redes: Es el elemento crucial para el éxito de la estrategia nacional. Se evidencia demasiada duplicidad por parte de los actores, poca focalización de los instrumentos en la cadena de valor, mala distribución de recursos e instrumentos entre los segmentos poblacionales, poca inversión en ciencia tecnología e investigación.

En este momento se hace necesario un replanteamiento de aquella política nacional de emprendimiento del año 2009. Colombia ha pasado de ser un país con incipiente emprendimiento a un país emergente, de transición empresarial, por lo cual sus lineamientos políticos deben ser acordes

4.3 Recomendaciones

- Teniendo en cuenta que anualmente, muchas de las entidades pertenecientes al ecosistema de emprendimiento, actualizan, cambian, eliminan o crean nuevos instrumentos, se recomienda actualizar anualmente el mapeo de la oferta de servicios, programas, convocatorias y líneas de crédito existentes para los emprendedores del país.
- Sin tener evidencias, se presume que algunas de las entidades del ecosistema de emprendimiento, presentan mayores fortalezas en sus instrumentos que otras. Es por esto que se recomienda realizar un trabajo de análisis de la calidad de los instrumentos mapeados, entender que entidades presentan mayores fortalezas, para que posteriormente éstas realicen un trabajo de transferencia a las entidades que tienen instrumentos susceptibles de fortalecer.

Adicionalmente se debería construir y concertar estándares mínimos que garanticen que los diferentes instrumentos que se tengan en el ecosistema, realmente satisfaga las necesidades de los emprendedores y que estén alineadas con las mejores prácticas internacionales.

- Para que los emprendedores tengan mayores probabilidades de pasar de emprendimientos desarrollados por necesidad hacia emprendimientos que tengan características de oportunidad, se recomienda continuar con el trabajo que se inició en el año de 2014.
- Se recomienda continuar desarrollando acciones que permitan a las diferentes entidades, comunicar sus instrumentos de emprendimiento con el fin de evitar duplicidad de esfuerzos y para incentivar que entre ellas se puedan generar alianzas.
- Teniendo en cuenta la necesidad de comunicar a los emprendedores de una forma fácil y eficiente la oferta que existe, se recomienda construir rutas claras por instrumentos y por entidades, y sobre todo por tipo de segmentos de emprendedores. Unos de los mecanismos propuestos para la divulgación es a través de un único portal web y/o a través de un punto único de atención al emprendedor.

- De acuerdo a que algunos segmentos de emprendedores cuentan con pocos instrumentos que les permitan desarrollar su ideas o negocios, tales como los herederos famiempresa, replicadores de negocios internacionales, colombianos en el exterior, emprendedores intraculster, con alta experiencia (jubilados) y emprendedores seriales, se recomienda que las entidades desarrollen o adapten sus instrumentos para atender mejor sus requerimientos.
- Para tener una articulación mucho más efectiva con los problemas de los emprendedores, se recomienda generar dinámicas de trabajo que involucren mucho más a emprendedores reales en las discusiones internas de la mesa, a partir de Emprenda
- Se debe continuar con actividades que permitan alcanzar el objetivo, que los fondos de capital semilla, solo se entreguen una vez las ideas de negocios tengan alguna clase de validación con su mercado objetivo
- Teniendo en cuenta la importancia del emprendimiento como una herramienta que ayuda a materializar las apuestas estratégicas nacionales, se necesita fortalecer y generar acciones para que todos los emprendimientos sean basados en innovación.
- Se recomienda profundizar en los procesos de sensibilización (Cultura de emprendimiento e Innovación), la cual es un primer paso para generar procesos de transformación productiva. Estos procesos deben ser continuos, toda vez que los cambios culturales suelen tomar entre 5 a 10 años.

Para garantizar la continuidad de las acciones pretenden fortalecer el ecosistema nacional de emprendimiento, se hace necesario definir una estrategia que permita garantizar la continuidad de actores y entidades anualmente.

5. BIBLIOGRAFÍA E INTERNETGRAFÍA

- Acz, Z & Mueller P, (2008). “*Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants*”, Small Business Economics, vol 30, pág 85-100.
- <http://www.mincit.gov.co/emprendimiento/index.php>
- <http://rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion-rutan/item/emprendimiento-dinamico>
- Verheul, I., Wennekers, S., & Thurick, R. (2002) : “*An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture*”,. In entrepreneurship, pág (11-81)
- Sarasvathy, S (2001): “*Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Cointingency*”. Academy of Management review, vol 26 , pág 214
- Segura, J., & Kantis,h., (2009): “ Nuevas empresas en América Latina. Factores que favorecen su rápido crecimiento), Universidad Autónoma de Barcelona, (575-578)
- Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2010). *How to research* (4th ed., p. 328). London: Open University Press. Retrieved from <http://books.google.com.co/books?hl=en&lr=&id=Ow7bYYBA14sC&oi=fnd&pg=PP1&dq=how+to+research&ots=fSZr3cmUQD&sig=szQotzNu9HG6gv2MzV7DD4gimO>
- Angelleli,P (2004): “Desarrollando el emprendimiento. Experiencia en América Latina y el Mundo”. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, pág (36)
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L .,(2000) :La dinámica de la innovación a partir de los sistemas nacionales, Editorial Spinger, Cartagena -España – Pág 109-113.
- Prodan, I & Slavec, A. (2009) Qué hace un ambiente amigable por un emprendimiento, Portland International Conference on Management of Engineering & Technology, pág (78-79).
- Song, M, & Halman, J. I. M. (2007). Success Factors in New Ventures. Journal of Product Innovation Management, pág (36)
- Altenburg, T. (2011) “Industrial Policies in Developing Countries: Overview and lessons from seven country cases”, German Development Institute, Bonn. Pág (124-126)
- Lin, Justin Y., C. Monga (2011) “*Growth Identification and Facilitation: The Role of the State in the Dynamics of Structural Change*”, World Bank Working Paper No. 5313

- Conduras, A., y Schott, T. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Special Report: Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/GEM%20Ed%20and%20Training%2009_Espanol%201.pdf
- Gonczi, A & Athanasou, J. (2012). *Instrumentación de la Educación Basada en Competencias*, México D.F: Limusa, pág (35)
- Timmons, J.A. & Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw-Hill/Irwin. Pág (96-97)
- Audretsch, D y Keilbach, M. 2013. “*The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship and Economic Growth*”. *Journal of Management Studies*, vol. 44(7): 242-244.
- Echeverri, H., (2008): *Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura*”, *Revista INNOVAR*, Vol (19), No. 33, ENERO-ABRIL 2009, Pág (23) recopilada vía internet de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n33/v19n33a02.pdf>
- Peiró, F, Perdrix, G., Torruella, A. (2011). “*Escuela de emprendedores. Barcelona*”. Libros de Cabecera. Pág (74)
- Parra,M. (2010): “Análisis y perspectiva del desempleo en los últimos doce años”, Fedesarrollo, recopilado vía internet de : <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/353/1/An%C3%A1lisis-y-perspectiva-del-desempleo-en-los-%C3%BAltimos-12-a%C3%B1os-INFF-201001004.pdf>
- www.dane.gov.co
- Maya, G (1992): “*Apertura económica y agricultura en Colombia*”, Base de datos de ensayos de la Universidad Nacional de Colombia, tomado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/5541/1/guillermomayam.1992.pdf>
- <http://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/PLANEACION.pdf>
- Pérez,M., (2013): “El emprendimiento y el empresarismo en las mipymes” Editorial Planeta, Colombia, pág (26)
- Perrotini,I (2002), :”La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta”, *Revista aportes*, México, ISSN (versión impresa) 1665-1219, Pág (62)

- <http://www.bancadelasoportunidades.com/contenido/contenido.aspx?catID=298&conID=673>